



Vesa Markuksela

"Aisti kuin kala"

Etnografia vetouistelun veljeskunnan kilpailukäytännöstä

Akateeminen väitöskirja,
joka Lapin yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunnan suostumuksella
esitetään julkisesti tarkastettavaksi Lapin yliopiston luentosali LS2:ssa
toukokuun 24. päivänä 2013 klo 12

Lapin yliopisto
yhteiskuntatieteiden tiedekunta

© Vesa Markuksela

Taitto: Paula Kassinen

Jakelu: Lapin yliopistokustannus
PL 8123
FI-96101 Rovaniemi

puh. + 358 (0)40 821 4242 , fax + 358 16 362 932
julkaisu@ulapland.fi
www.ulapland.fi/lup

Painettu
ISBN 978-952-484-614-1
ISSN 0788-7604

pdf
ISBN 978-952-484-615-8
ISSN 1796-6310

Alkusanat

Väitöskirjaprosessini on palkitseva. Tie tähän pisteeseen on ollut kuitenkin pitkä ja haasteellinen. Matkantekoani on helpottanut vaihe vaiheelta rakentunut ymmärrys siitä, että olen kehittynyt niin tutkijana kuin ihmisenä. Väitöskirja on yhtäältä henkilökohtainen aikaansaannos ja toisaalta se on ylyksilöllinen. Monet eri tahot ovat olleet osana ja apuna tutkimukseni eri vaiheissa. Olen saanut rohkaisua, kannustusta, tutkimusta peilaavia kommentteja sekä kiperiä kysymyksiäkin. Niiden avulla olen pääsemässä nyt tämän projektin päätökseen. Omistan alkusanat tutkimustani edesauttaneille lukuisille ihmisille ja yhteisöille. Olen syvässä kiittolisuudenvelassa kaikille Teille matkaan osallistuneille.

Ensiksi haluan kiittää ohjaajaani Anu Valtosta. Hänen johdollaan ja esimerkiksi seuraten olen perehtynyt akateemisen tutkimuksen saloihin ja innostunut sen kiehtovasta maailmasta. Monien ohjauskeskustelujen sekä erinäisten piirustuksien ja raapustuksien myötä väitöskirjani teoreettinen viitekehys alkoi pala palalta hahmottua ja selkiytyä, asettuen viimein nykyiseen muotoonsa. Anu on ohjaajana tarjonnut myös apua ja kannustusta tutkimuksen vaikeina hetkinä, jolloin aloittelevan tutkijan tuska on miltei ylittänyt voimavarat. Hän on toiminut myös pitkäjänteisesti, varsinkin niinä hetkinä jolloin tutkimus ei etene.

Toiseksi haluan kiittää lämpimästi vastaväittäjäni ja tutkimukseni esitarkistajaa professori Outi Uusitaloa. On kunnia saada vastaväittäjäksi kulutustutkimuksen vahva akateeminen osaaja. Outi Uusitalon esitarkastuslausunnossa antamat arviot auttoivat minua ymmärtämään työtäni kokonaisuutena ja sekä tutkimukseni ansioita. Kommentit auttoivat minua terävöittämään myös tutkimukseni lopullista sanomaa. Kolmanneksi haluan kiittää tutkimukseni toista esitarkistajaa, vanhempaa tutkijaa, Mikko Jalasta. Mikko Jalaksen esitarkistuslausunnossa antamat yksityiskohtaiset kommentit ja korjausehdotukset auttoivat suuresti minua. Arvostan erityisesti Mikon panosta työni käytäntöteoreettisen kontribuution rakentamisessa.

Neljänneksi esitän kiitokseni jatko-opiskelijaystäville ja kollegoille. Kiitän Johanna Moisanderia hänen neuvoistaan, jotka auttoivat etenemään väitöstutkimusprosessin alkutaipaleilla. Suurkiitokset kuuluvat myös Teille: José-Carlos Garcia-Rosell, Minni Haanpää, Maria Hakkarainen, Mika Kylänen, Pikka-Maaria Laine, Outi Rantala, Joonas Rokka, Ari Virtanen. Olette uhranneet aikaanne ja nähneet vaivaa antaaksenne näkemyksiänne ja kommentteja tutkimukseni eteenpäin viemiseksi. Teidän kanssa koetut seminaarit ja tapaamiset ovat olleet myös arvokkaita oppimiskokemuksia. Niin ikään yhteistyömme on koskettanut erilaisia tutkimusprojekteja, kuten “Tourism Product Development”, “Global

Marketplace Cultures” ja “Ethno”. Olen kiitollinen myös akateemiseen kirjoittamiseen liittyvistä antoisista hetkistä: Anu, Outi, Johanna, José-Carlos, Maria, Minni, Mika, Ari. Kiitän myös Susan Meriläistä ja Rauno Ruskoo tutkimustani kohtaan esittämästänne kiinnostuksesta. On ollut ilo työskennellä Teidän kanssa – nyt ja tulevaisuudessa.

Viidenneksi haluan antaa kiitokseni tutkimukseeni osallistuneille Rovaniemen moottoriuistelijat ry:n jäsenille, veljeskuntalaisille. Ilman Teidän panostanne tutkimus ei olisi toteutunut. Kuudenneksi esitän kiitokset Lapin yliopiston Yhteiskuntatieteiden tiedekunnalle (aiemmin Matkailun ja liiketoiminnan tiedekunta), joka on tukenut ja mahdollistanut tutkimukseni tekemistä. Kiitokset myös kaikille ”käytäväkollegoille”. Seitsemänneksi kiitän eri tahoja väitöstutkimukseeni saamastani rahoituksesta. Ulkopuolinen rahoitus on mahdollistanut osallistumiseni niin kansallisiin kuin kansainvälisiin konferensseihin ja seminaareihin sekä verkostoitumaan tutkijoiden kanssa. Kiitos kuuluu: Jenny ja Antti Wihuri rahastolle, LaY rehtorin apurahastolle, Suomen kulttuurirahaston Lapin maakuntarahastolle ja erityisesti Liikesivistysrahastolle. Kiitän puolestaan Paula Kassista työn julkaisemisessa saamastani avusta.

Lopuksi esitän erityisen suuret kiitokset kotijoukoille. Teidän apunne ja tuki on ollut ensiarvoisen tärkeää. Kiitän vanhempiani, Arja ja Risto Markuksela, ja muuta sukua, olette jaksaneet uskoa työni kantavan hedelmää. Kiitokset myös ystäville, erityisesti Petelle, ja muulle lähipiirille, joiden parissa olen voinut rentoutua ja unohtaa tutkimukseen liittyviä paineita. Viimeisenä, mutta ei suinkaan vähäisempänä, haluan kiittää Sannaa. Häntä, joka usein, niin usein on nähnyt tutkimuksen teon nurjat puolet. Olet toiminut apunani monin tavoin, toimien esimerkiksi konkreettisena oikolukijana tai uskon luojana. Ennen kaikkea olet ollut kodin hengen ilmentymä. Hengen, joka mahdollistaa tutkimukseen keskittymisen ja ylipäättään sen toteuttamisen. Arvostan tukeasi pitkän matkan aikana.

Rovaniemellä keväthankien aikaan, vinha matka jatkuu...

Vesa Markuksela

Tiivistelmä

Tutkimukseni tarkastelee harrastusyhteisön muodostumista. Aiempi kulutustutkimuksen yhteisötutkimus on ajatellut yhteisön muodostuvan eetoksen, jaettujen uskomuksien, rituaalien sekä hierarkkisen rakenteen kautta. Se ei kuitenkaan ole käsitellyt riittävästi harrastamista kokonaisvaltaisena toimintana, kehollisena tekemisenä, eikä huomionut moniaistisuuden merkitystä harrastusyhteisön toiminnassa. Väitän, ettei mikään vallitsevista kulutustutkimuksen neljästä keskeisestä yhteisökäsitteestä (kulutuksen alakulttuuri; virtuaaliyhteisö; uusheimo; brändiyhteisö) ole riittävä toiminnallisen harrastamisen yhteisöpohdiskeluun, vaan tarkastelukulmaa on täydennettävä tekemisen ja käytännön toimijuuden näkökulmilla. Toteutan tätä tehtävää kehittämällä teoreettista viitekehystä, joka nojautuu kulttuurisen kulutustutkimuksen perinteeseen ja kulttuurintutkimuksen aistillisen käänteen kirjallisuuteen sekä käytäntöteoriaan. Kohdistan tutkimukseni vetouistelun ympärille rakentuneeseen yhteisöön sekä yhteen harrastusmuodolle yleiseen käytäntökokonaisuuteen, kalastuskilpailuun. Tutkimuksen metodologiana on aistietnografia ja kenttätyö on tehty Lappi-Cup kilpailuissa vuosien 2007–2009 aikana. Analyysi perustuu narratiiviseen lähestymistapaan, jossa rakennetaan tulkintaa käytännön ajallisesta tapahtumaketjusta ja osioiden tapahtumista sekä toimijoista.

Väitöskirjani kontribuoi neljään teoreettiseen keskusteluun. *Ensiksi, laajennan kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluja tuomalla esiin sen, että harrastusyhteisöä muodostetaan ennen kaikkea muuttuvassa luonnon palvelumaisemassa toteutuvan kehollis-aistillisen yhdessä toimimisen sekä tuotteiden käytön kautta.* Esiin tuomani yhteisön monikerroksellisuus sekä kuvaukset kilpailun erilaisista rooleista laajentavat olemassa olevaa näkemystä yhteisöjen rakenteesta ja dynamiikasta. Käsitteellistys tuotteiden roolista aistien jatkeena laajentaa puolestaan kuvaa tuotteiden roolista yhteisön rakentumisessa. *Toiseksi, laajennan tutkimuksellani käytäntöteoriakeskusteluja, ennen kaikkea aiempien tutkimuksien näkemyksiä ei-inhimillisten tekijöiden toimijuudesta.* Tutkimukseni tuo esiin sen, että vetouistelukilpailukäytännössä inhimillinen toimijuus on usein alisteinen ei-inhimillisten (mm. sää, vesistö, kalat) voimien edessä. *Kolmanneksi, menetelmäkeskustelun kannalta täydennän etnografista menetelmävarantoa kehittämällä aistietnografiaa, erityisesti kenttätutkimuksen ja analysoinnin osalta.* Neljänneksi, tuon esiin uudenlaisen kehyksen vapaa-ajan kalastus-harrastamista koskevaan tutkimukseen, kiinnittämällä huomiota myös pinnan alle ja siellä olevaan kalaan ja sen aistillisuuteen, korostaen käytäntöä toteuttavien kalastajien pyrkimystä aistia kuin kala. Tutkimustuloksiani voi hyödyntää muun muassa kalastusmatkailun suunnittelussa.

AVAINSANAT: harrastusyhteisö, käytäntöteoria, aistit, keho, vapaa-ajankalastus, ei-inhimillinen toimijuus, luonnon palvelumaisema, aistietnografia

Abstract

My research focuses on the formation of a hobbyist community. Earlier community research, conducted in the domain of consumer research, assumes that community is built on ethos, shared beliefs, rituals, and hierarchical structures. However, not enough attention has been paid on hobbies as comprehensive activity, as bodily doing, or on the significance of multisensory aspects in the functioning of a hobbyist community. I argue that none of the prevailing four salient conceptions of community (subculture of consumption, virtual community, neo-tribe, brand community) within consumer research suffices to examine engagement in functional hobbies from the communal perspective. Therefore, the viewpoints of doing and practical agency must be included in the examination. I address myself to this task by developing a theoretical frame of reference based on the tradition of cultural consumer research and on cultural research involving sensory literature and practice theory. My research focuses on a community constructed around troll fishing and on a common trolling-related practice – the fishing competition. The methodology draws on sensory ethnography, and the fieldwork was done in 2007–2009 in Finnish Lapland. The analysis is based on a narrative approach, which is used to construct an interpretation of a temporal chain of events and of the events and agents of its constituent parts.

My dissertation contributes to four theoretical discourses. *First, I expand community discussions on consumer research* by bringing out that a hobbyist community is formed primarily through corporeal and sensory collaboration and through the use of products in a changing wilderness servicescape. I expand the existing conception of the structure and dynamics of communities by introducing the multilayered nature of a community and by producing narratives of the various roles present in a competition. Conceptualizing the role of products as a continuum of the senses, on the other hand, expands our view of the role of products in the construction of a community. *Second, I expand practice theory discussions – primarily the views of earlier studies on non-human agency.* According to my research, human agency is often subordinate to non-human forces (e.g. weather, water, and fish) in trolling competition practice. *Third, from the viewpoint of methodology discussions* I supplement ethnographic methodology by developing sensory ethnography, especially in terms of field research and analysis. *Fourth, I introduce a new frame of reference into research on recreational fishing.* I go beneath the surface and study the fish and their sensory qualities – emphasizing the pursuit of practicing fishers to sense like a fish. The results of my research can be utilized e.g. in the planning of fishing tourism.

KEY WORDS: community, hobbyist community, theory of practice, recreational fishing, senses, body, non-human agency, wilderness servicescape, sensory ethnography

Sisällys

1. Johdanto.....	13
1.1 Tutkimusilmiö.....	13
1.2 Tutkimuksen viitekehys ja tutkimuskysymykset.....	20
1.3 Metodologia ja aineistot.....	22
1.4 Tutkimuksen rakenne.....	23
2. Vetouisteluharrastus vapaa-ajankalastuksen muotona.....	28
2.1 Vapaa-ajan ja harrastamisen määrittelyä.....	28
2.2 Vapaa-ajankalastus harrastuksena.....	31
2.3 Vetouistelu kilpailullisena harrastuksena.....	34
3. Yhteisö kulutustutkimuksessa.....	38
3.1 Yhteiskuntatieteellinen yhteisökeskustelu.....	38
3.2 Yhteisö kulutustutkimuksen keskusteluissa.....	42
3.2.1 Kulutuksen alakulttuuri.....	42
3.2.2 Virtuaaliyhteisö.....	45
3.2.3 Uusheimo.....	48
3.2.4 Brändiyhteisö.....	52
3.3 Harrastaminen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluissa.....	56
3.4 Harrastusyhteisö suhteessa kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluihin.....	58
4. Käytäntöteoreettiset lähtökohdat.....	63
4.1 Kulttuurinen käytäntöteoria.....	63
4.2 Käytäntöteoria ja kulutustutkimus.....	69
4.3 Käytäntöteoria tutkimuksessani.....	73
4.4 Käytäntöjen sidosteiset elementit.....	76
4.4.1 Liikkuvat kehot.....	77
4.4.2 Solmiintuvat aistit.....	79
4.4.2.1 Näkö.....	87
4.4.2.2 Kuulo.....	89
4.4.2.3 Tunto.....	91
4.4.2.4 Haju- ja makuaistijärjestelmä.....	94
4.4.3 Muuttuva paikka.....	98
5. Aistietnografinen metodologia.....	101
5.1. Etnografinen tutkimus.....	101
5.1.1 Kohti nykyetnografiaa.....	103

5.1.2 Nykyetnografia	105
5.1.2.1 Kenttätö.....	107
5.1.2.2 Kenttätön representaatio.....	111
5.1.3 Autoetnografia.....	114
5.1.4 Visuaalinen etnografia.....	117
5.2 Aistietnografia tutkimusmetodina	121
5.3. Tutkimuskohde ja kenttätö.....	130
5.4. Narratiivisuus tutkimuksessani.....	135
5.5 Eettisyys ja luotettavuus.....	139
 6. Veljeskunnan kilpailukäytäntö.....	 146
6.1 Kalastuskilpailun ajallinen eteneminen.....	146
6.1.1 Ennen kilpailua: kamat kasaan ja vene vesille.....	148
6.1.2 Kilpailussa: kireitä siimoja vai munat pataan?.....	162
6.1.3 Kilpailun jälkeen: puntarointia ja pullistelua	177
6.2 Kilpasilla kalojen kanssa.....	185
6.2.1 Hyvä sää? Vesistö muuttuvana aistiympäristönä.....	186
6.2.2 Pinnan päällä: tyvenestä tyrskyyn.....	195
6.2.3 Pinnan alla: aisti niin kuin kala	205
 7. Johtopäätökset.....	 214
7.1 Yhteenveto.....	214
7.2 Tutkimuksen kontribuutio.....	222
7.2.1 Kontribuutio kulttuurisen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluun	222
7.2.2 Kontribuutio käytäntöteoreettiseen keskusteluun.....	224
7.2.3 Kontribuutio menetelmäkeskusteluun.....	227
7.2.4 Kontribuutio vapaa-aika- ja harrastustutkimukseen	228
7.2.5 Manageriaalinen kontribuutio.....	228
7.3 Jatkotutkimusehdotukset.....	230
 Lähdeluettelo.....	 233

Luettelo kuvista ja taulukoista

Kuvat

KUVA 1. Vetouisteluuyhteisön ”sipulimainen” rakenne.....	19
KUVA 2. Vapaa-ajankalastuksen osa-alueet.....	32
KUVA 3. Havaitsemisen tieteenalakohtainen jatkumo.....	81
KUVA 4. Kalastuskilpailukäytännön rakenne ja ajallinen eteneminen.....	147
KUVA 5. Itse paranneltu kilpauisteluvene.....	149
KUVA 6. Veneen vesillelaskuvuoroa jonottamassa.....	154
KUVA 7. Kisakeskuksen ranta ennen kilpailua.....	157
KUVA 8. Aamuiselle lähtöpaikalle rantautumista.....	157
KUVA 9. Veneen äärellä tapahtuvaa venekuntien välistä keskustelua.....	160
KUVA 10. Venekuntien välistä tiedonvaihtoa.....	161
KUVA 11. Veneiden kilpa-ajoa.....	163
KUVA 12. Vehkeet vesille.....	165
KUVA 13. Plaanarikalusto toimintakunnossa.....	167
KUVA 14. Kilpailun aikaista toimintakykyisyyden ylläpitoa.....	169
KUVA 15. Odotuksen makua.....	170
KUVA 16. Kalan väsyttäjä toimessaan.....	173
KUVA 17. Yhdessä haavitsemista.....	175
KUVA 18. Matkalla kisakeskukseen.....	178
KUVA 19. Veneen nostoa ja nostovuoron odottamista.....	179
KUVA 20. Saalissaavin kantoa.....	180
KUVA 21. Puntarille pääsyn odottamista ja puntarointia.....	180
KUVA 22. Kisan etenemisen puntarointia.....	182
KUVA 23. Tarinatuokion taikaa.....	183
KUVA 24. Poseeraavaa pullistelua.....	183
KUVA 25. Kisatuloksien julkistamista.....	184
KUVA 26. Palkintosijoille päässeiden keskinäistä onnittelua.....	185
KUVA 27. Alkujaan poutapäiväisen kisan lähtöodottelua.....	187
KUVA 28. Matalapaine iskee.....	189
KUVA 29. Rankkasateessa.....	190
KUVA 30. Uistelijan rusketusraidat.....	192
KUVA 31. Poutapäivä Inarijärvellä.....	196
KUVA 32. Talvisissa olosuhteissa vesille.....	197
KUVA 33. Virta ja aallokko vie.....	202
KUVA 34. Kuvankaunis päivä Kilpisjärvellä.....	203

Taulukot

TAULUKKO 1. Arkaluontoisia ja arkisia tutkimusteemoja.....	117
TAULUKKO 2. Tutkimusaineisto.....	133

1. Johdanto

1.1 Tutkimusilmiö

Vapaa-aika ja harrastaminen saavat yhä enemmän merkitystä nykyajan ihmisten elämässä. Tilastojen mukaan suomalaisesta väestöstä yli 60 prosenttia kokee vapaa-ajan hyvin tärkeäksi, ja joka toinen heistä kokee vapaa-ajan harrastamisen tärkeäksi (Liikkanen 2005, 6). Harrastaminen voi olla paljon enemmän kuin pelkkä ajanviete, sillä se voi viedä mennessään koko persoonan. Tällöin harrastuksesta muodostuu keskeinen tekemisen kohde, ja harrastajan elämäntyyli, identiteetti ja sosiaaliset verkostot voivat rakentua tietyn aktiviteetin ympärille (Kim et al. 1997; Needham et al. 2009). Tällaiset harrastajat ovat paitsi toiminnallisesti omistautuneita, mutta myös sisäisesti vakuuttuneita harrastustoimintansa tärkeydestä ja mielekkyydestä – he ovat sitoutuneet harrastukseensa. Tutkimukseni kiinnostuksen kohteena ovat juuri tällaiset harrastajat.

Tutkimuksessani harrastaminen ja harrastus ymmärretään kiinnostuksen ja toiminnan kohdentumisena tiettyyn asiaan, lajiin, tekniikkaan tai välineeseen (ks. Metsämuuronen 1995). Erilaiset harrastamisen muodot vaihtelevat passiivisesta aktiiviseen tekemiseen (Stebbins 2007), ja toteuttaminen voi tapahtua joko yksin tai se voi olla luonteeltaan kollektiivista. Toteutustavasta riippumatta harrastaminen on tutkimuksien mukaan ennen kaikkea sosiaalista toimintaa (Barnes 2001; Kyle & Chick 2002; Markuksela 2009). Harrastajat tavoittelevat erinomaisuutta aktiviteettiin liittyvissä käytännöissä – merkityksellisten toisten seurassa (Mullet 1988; Puhakka & Salonen 2005; Ricciardo 2010). Näissä käytännöissä rakennetaan vuorovaikutuksessa merkityksiä ja yhteistä kulttuuria usein kulutuksen kautta (esim. Belk & Costa 1998; Warde 2005). Harrastuksen ympärille onkin todettu muodostuvan erilaisia yhteisöjä (mm. Celsi et al. 1993; Schouten & McAlexander 1995; Shove & Pantzar 2007). Erityisesti sitoutuneille harrastajille erilaiset yhteisöt, kuten harrastusseurat, ovat tavallisia (Mordue 2009).

Yhteisöllisyys kehittyi ihmisten yhteenkuuluvuuden tunteena – me-henkenä – ja luottamuksena, jotka syntyvät keskinäisessä vuorovaikutuksessa (Muñiz & O’Guinn 2001; Turner 2007). Bagozzin ja Dholakian (2002) mukaan yhteisön me-henkisyys ilmentää aikomusta olla osallisena sosiaalisessa yhteisössä joko nimellisen jäsenyyden muodossa tai vaikuttajana sen ryhmätoiminnassa. Yhteisön elossapysymisen nähdään edellyttävän kuitenkin sekä jäsenten säännöllisiä kohtaamisia että yhteisiä kulttuurisia perusteita (Lehtonen 1990, 23–36).

Kulutustutkimuksen parissa yhteisöjä ja yhteisöllisyyttä on tutkittu laajasti yli kahdenkymmenen vuoden ajan, niin monien tutkijoiden toimesta kuin moninaisten tutkimusteemojen kannalta. Vuosien 1988–2010 ajalta tekemäni kirjallisuuskatsaus yhteisö-käsitteeseen tuo julki yhteisökeskustelun runsauden ja merkittävyyden. Kirjallisuuskatsauksen kohteena oli ennen kaikkea kulttuuri-sesti suuntautuneet kulutustutkimuksen ja markkinoinnin akateemiset aikakausjulkaisut¹. Nostan yhteisöllisyyttä koskevan kirjallisuuskatsaukseni perusteella esiin neljä yleistä yhteisö-käsitettä, jotka ovat sekä syntyajaltaan että merkityksiltään hyvin läheisiä keskenään: 1) **kulutuksen alakulttuuri** (mm. Kozinets 1997; Schouten & McAlexander 1995), 2) **virtuaaliyhteisö** (mm. Armstrong & Hagel 1996; Kozinets 1999; 2002ab), 3) **uusheimolaisuus** (mm. Cova 1997; Cova & Cova 2001; 2002) ja 4) **brändiyhteisö** (mm. McAlexander et al. 2002; Muñiz & O’Guinn 2001).

Kulutustutkimuksen yhteisötutkimuksen parissa on tarkasteltu myös harrastamista tai siksi luonnehdittavaa aktiviteettia. Tutkimukset ovat kohdentuneet muun muassa autoiluun (Leigh et al. 2006), fanittamiseen (Dionisio et al. 2008; Kozinets 1997), moottoripyöräilyyn (Martin et al. 2006; Schouten & McAlexander 1995), musiikin kuunteluun (Giesler & Pohlmann 2002), pitkänmatkanjuoksuun (Chalmers 2006; Chalmers & Arthur 2008), rulla- ja lumilautailuun (Beverland et al. 2006), surffaukseen (de Burgh-Woodman & Brace-Govan 2007) ja urheilujoukkueen kannattamiseen (Richardson & Turley 2006).

Näiden tutkimuksien ansiosta tiedämme paljon sekä tosielämän että virtuaalimaailman yhteisöistä (mm. Kozinets 1999; 2002ab; Sicilia & Palazón 2008), esimerkiksi eri yhteisömuotojen määritelmistä ja tuntomerkeistä sekä niiden pysyvyydestä (mm. Cova & Cova 2001; 2002). Niin ikään olemme tietoisia eri yhteisöjen sisäisistä sosiokulttuurisista painotuksista (esim. naisten Harley Davidson -yhteisö, Martin et al. 2006) tai yhteisöjen välisistä ulkoisista eroavaisuuksista (esim. homoseksuaaliyhteisö, Kates 2002). Tutkimukset kertovat myös yhteisöjen huippuhetkistä sekä yhteisöä ylläpitävistä tekijöistä. Ne tuovat lisäksi julki kollektiiviseen toimintaan sisältyvän intentionaalisuuden. Yhteisö voi olla välineellinen keino saavuttaa esimerkiksi uutta identiteettiä, asemaa tai uusia kokemuksia (mm. Goulding & Saren 2009). Tutkimukset ovat myös valottaneet yhteisöjen ja tuotteiden sekä markkinoijan välisiä monimutkaisia ja moninaisia suhteita (mm. Beverland et al. 2006). Niin ikään tiedämme, että tuotemerkin ja harrastamisen ympärille voi syntyä erilaisia, toisistaan poikkeavia yhteisöjä (Martin et al. 2006; Schouten & McAlexander 1995) ja että eri maissa sijaitsevien yhteisöjen välillä ilmenee kulttuurisista tekijöistä johtuvia eroja (Cova et al.

1. Advances in Consumer research; Culture, Markets and Consumption; European Journal of Marketing; International Journal of Consumer Research; Journal of Consumer Culture; Journal of Consumer Research; Journal of Marketing; Journal of Material Culture; Journal of Research in Marketing; Research in Consumer Behavior.

2007). Kaiken kaikkiaan aiemmissa kulutuskulttuurisissa tutkimuksissa yhteisöjen ylläpito on nähty muodostuvan symbolisista merkityksistä ja toisteisista rutii-neista, pyhistä rituaaleista sekä jaetusta eetoksesta, osoitetusta huolenpidosta (ks. esim. Tumbat & Belk 2011).

Näissä aiemmissa kulttuurisissa yhteisökeskusteluissa ei kuitenkaan ole liiem-min pohdittu harrastustoimintaan liittyvää *kehollista yhdessä toimimisen proble-matiikkaa*. Tutkimukset ovat myös jättäneet vähemmälle huomiolle sen, miten keholliset harrastajat toimivat taitavasti yhdessä sopeuttaen toiminnan muuttu-vaan toimintaympäristöön ja käyttäen materiaalisia tuotteita ja palveluja tietyissä kontekstissa ja tietyn toiminta- ja taitologiikan ohjaamina.

Huomio on kohdistunut muualle. Esimerkiksi laskuvarjohyppäystä käsitelles-sään Celsi ja kollegat (1993) pohtivat aktiviteettia psykologisesta ja fenomenologi-sesta näkökulmasta. Tekemisen huomioinnin puute on yllättävää, sillä esimerkiksi jalkapalloharrastuksessa ilman yhdessä toimivia pelaajia ja heidän toimintaansa koko aktiviteetti lakkaisi (Reckwitz 2002). Tutkimukset eivät siten ole riittävästi paneutuneet niihin monimuotoisiin toisiinsa linkittyvien aktiviteettien toimintoi-hin ja sanontoihin, joiden avulla jokin yhteisö toimii ymmärrettävällä tavalla ja pitää käytäntöä yllä. Ilman toimintaa ei ole myöskään aktiviteettiin liittyviä muita yhteisöjä, kuten faniryhmiä. Aktiviteetin toiminnan riittämättömän pohdinnan vuoksi tiedämme siten vähän autolla tai moottoripyörällä ajamisen tai vuoristokii-peilyn inhimillisen suorittamisen luonteesta – viimeista kasvoilla, moottorin vie-män kehon tunnoista tai erheistä johtuvista paniikinomaisista teoista.

Toiminnan toteutus vaatii aina osaamista kantavaa kehoa. Kehollinen toi-minta nojautuu aisteihin: jalkoja ja käsiä liikutetaan, ääniä kuullaan, hajuja hais-tellaan. Kehollisen liikkeen ja kehon solmiutuneilla aistiosa-alueilla liikutamme tai olemme liikuttamatta tekoja toteuttavia raajojamme. Aistivalla kehollamme jäsenämme maailmaa ymmärrettäväksi kohtaamalla ja koskettamalla ympäroi-vää tapahtumaympäristöä. Inhimillisten aistien ohella kosketus ympäröivään voi toteutua ei-inhimillisten välineiden kautta. Kuten lisääntyvä kulttuurinen ais-titutkimus (mm. Howes 2005; Pink 2009) on tuonut esiin, kaikki aistit liitty-vät kuitenkin olennaisella tavalla sosiaalisen toiminnan ylläpitämiseen. Aiempi kulutustutkimus sekä vapaa-ajantutkimus ovat kuitenkin jättäneet pitkälti huo-mioimatta moniaistisuuden merkityksen harrastusyhteisön toiminnassa tyytyn lähinnä audiovisuaaliseen tarkasteluun (Valtonen et al. 2010).

Harrastusyhteisön konkreettisen tekemisen ohella on tärkeää huomioida toimintaympäristö, se tila, missä aktiviteettia harjoitetaan. Ovathan käytän-tön toteutus, tekeminen, sanomiset ja tapahtumapaikka yhteenkuuluvia (mm. Schatzki 2005). Kulutustutkimuksessa tilan tarkastelussa on pitäydytty ihmis-ten kanssakäynnin tarkasteluun emotionaalisesta ja kognitiivisesta näkökulmasta (esim. Celsi et al. 1993; Christensen & Olson 2002; Tumbat 2007) ja audiovi-suaalisiin havaintoihin pohjautuen. Tila on useimmiten ollut rakennettu ympä-ristö, jonka rooli on pitkälti ollut toimia näyttämönä, usein staattisena sellaisena.

Vain harvat tutkimukset ovat tarkastelleet tai edes sivunneet tilan, esimerkiksi luonnon, muuttuvaa luonnetta. Harrastamisen tilat ovat kuitenkin luonteeltaan heterogeenisiä ja dynaamisia (Valtonen et al. 2009). Näitä tiloja, olivat ne sitten rakennettuja tai rakentamattomia ympäristöjä, voidaan pitää palvelutilan (ks. Arnould & Price 1993; Bitner 1992) osamuotoina.

Erityisesti luonnon palvelumaisemassa (wilderness servicescape, Arnould & Price 1993) heterogeenisyys on selkeästi esillä. Suhteellisen rakentamattomassa ympäristössä on väliä, minkälaisen luonnontilan (mm. vesistön, metsän, suon, aavikon) kanssa olemme tekemisissä. Esimerkiksi eri vesistömuotojen, kuten meren, järven, joen tai mertenkurkun, välillä on selkeitä eroavaisuuksia. Ne ovat erilaisia luontoympäristöjä toisiinsa nähden. Lisäksi kunkin luonnontilan sisäinen vaihtelevuus on huomattavaa. Luonnon muuttuvat tilannekohtaiset tekijät, kuten vuodenaika, vuorokaudenaika tai vallitseva sääolosuhde, edesauttavat sen alati muuttuvien piirteiden muodostumista. Nämä muuttuvat piirteet koskettavat myös usein luonnon kanssa käyvää kehoa ja erityisesti useita kehon eri aistiosialueita (esim. Rodaway 1995).

Kulutustutkimuksen yhteisötutkimukset eivät siis ole käsitelleet harrastamista kokonaisvaltaisena toimintana, konkreettisena ja kehoollisena tekemisena. Tämä oudoksuttaa, sillä kaikki harrastamisen tavat, olkoon kyseessä sitten kalastaminen, pyöräily, sienestys tai shakin pelaaminen, ovat kehoollista toimintaa. Näin tutkimukset ovat jättäneet vähemmälle huomiolle sen, millaisia moniaistillisia, kehoollisia tekoja ja sanontoja toiminta edellyttää tai miten kehoolliset harrastajat toimivat taitavasti yhdessä, käyttävät materiaalisia tuotteita tai palveluita tietyn logiikan ohjaamina sopeuttaen toimiaan muuttuvaan toimintaympäristöön. On siten perusteltua argumentoida kulutustutkimuksen vallitsevien neljän yhteiskatsantokannan vaativan täydennystä. Ehdotan tutkimuksessani sitä tehtävän kulutuskulttuurillisista ja käytäntöteoreettisista lähtökohdista, jotka huomioivat muun muassa käytännön toteutuksen, aistillisuuden sekä tapahtumakontekstin. Yhteisöllisyyden hienovaraisen toiminnan tutkimisen kannalta on hyödyllistä hakeutua niihin tilanteisiin, joissa jäsenet tapaavat ja kulttuurilliset teot aktualisoituvat (Muñiz & O'Guinn 2001). Näin tehden voidaan valottaa yhteisön jäsenille arkipäiväisen tai itsestään selvän toiminnan luonnetta tai rakenteita saavuttaen siten erilaista tietovarantoa, joihin vaihtoehtoiset toiset tutkimusmuodot (esim. survey-tutkimus) eivät välttämättä kykene tarrautumaan. Käytän ja kehitän työssäni hienovaraiseen tarkasteluun soveltuvaa erityistä mentelmää aistietnografiaa (Valtonen et al. 2010) yhteisön tutkimisessa.

Tutkimukseni harrastuskonteksti on vapaa-ajankalastus. Vapaa-ajankalastus on länsimaissa suosituimpia harrastamisen muotoja, etenkin miesten parissa, mutta silti jokseenkin laiminlyöty tutkimusalue (Mordue 2009). Suomi Euroopan vesistörikkaimpana maana tarjoaa paljon kalastusmahdollisuuksia (Maa- ja metsätalousministeriö 2002), joihin onkin tarttunut moni kansalainen. Esimerkiksi vuonna 2008 Suomessa oli vapaa-ajankalastuksen harrastajia 1,8 miljoonaa.

Näistä 76 000 kalastusharrastajalle vapaa-ajankalastus oli tärkein tai lähes tärkein harrastus (Moilanen 2009). Vaikka uusimpien tilastojen mukaan (Moilanen 2011) kalastajien lukumäärä (1,7 miljoonaa) on hieman laskenut vuoden 2008 määristä, on vapaa-ajankalastus silti merkittävä ulkoilmaharrastus ja nykyihmisten kytkös luontoon.

Harrastaminen voi olla palkitseva harrastajalle itselleen, yhteiskunnalle yleensä, mutta myös harrastusmahdollisuuksia tarjoaville yrityksille. Viimeisen kymmenen vuoden aikana eri alojen tutkijat ovatkin aikaisempaa vakuuttuneempia siitä, että sitoutuneet harrastajat ovat erittäin tärkeitä yrityksille, sillä nimenomaan he käyttävät paljon rahaa aktiviteettiin liittyviin palveluihin ja fyysisiin tuotteisiin (Gahwiler & Havitz 1998). Esimerkiksi Isossa-Britanniassa kalastukseen kulutetaan vuosittain 2,75 miljardia puntaa, ja Pohjois-Amerikassa kulutuksen kokonaissumma on 42,2 miljardia dollaria, josta noin puolet liittyy kalastusmatkailuun (Mordue 2009, 530). Kotimaisen vapaa-ajankalastuksen taloudellinen merkittävyys muodostuu pääasiassa kalastukseen liittyvien palvelujen, kuten kalastusmatkailutuotteiden kysynnästä. Alalla toimivien yritysten kotimaisilta matkailijoilta saadut tulot kalastusmatkailusta muodostavat yrityksille 100 miljoonan euron liikevaihdon. (Tiitinen 2007.) Tämän ohella kalastusmatkailun kumulatiivisten matkailutulojen arvioidaan olevan vuosittain yli 285 miljoonaa euroa (Maa- ja metsätalousministeriö 2002). Ulkomaisilta kalastusmatkailijoilta saatujen matkailutulojen on suuntaa-antavasti arvioitu olevan 55–80 miljoonaa euroa (Maa- ja metsätalousministeriö 2008). Suomen lukuisat kalaisat vesistöt, sitoutuneiden urheilukalastajien suuri lukumäärä ja valmius sijoittaa harrastukseen lisäävät vapaa-ajankalastuksen harrastajien ja harrastusyhteisökäytäntöjen tutkimisen relevanssia. Harrastajien ja heidän yhteisöjensä toiminnan ymmärtäminen on huomattava kulutuskulttuurin osa ja siten tärkeä markkinointiosaamisen alue.

Tutkimukseni kohteena on vapaa-ajankalastukseen lukeutuvan kalastusmuodon – moottorivetouistelun – ympärille muodostunut kulutusorientoitunut yhteisö. Moottorivetouistelu on kalastusmuoto, jossa veneen avulla vedetään vedessä olevaa kalastussiimaa ja siiman päässä olevaa syöttiä. Vetouistelu on onkija vapakalastuksen jälkeen kolmanneksi yleisin kalastuksen tapa maassamme (Moilanen 2009). Mikkolan ja Sieväsen (2002, 23) tekemän vapaa-ajankalastajan profiilitutkimuksen mukaan vapaa-ajankalastuksen harrastajat suuntautuvat ja erikoistuvat juuri vapakalastukseen sekä vetouisteluun.

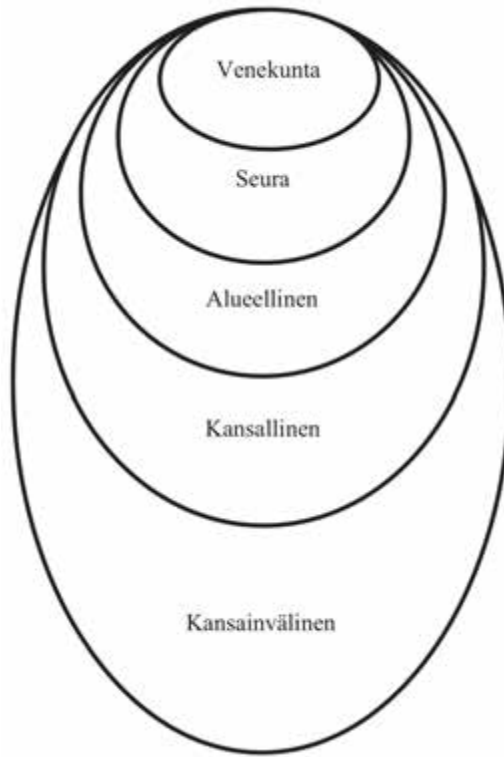
Moottorivetouistelun sitoutunut harrastaminen vaatii investointeja erilaisiin välineisiin, kuten veneeseen, kalastusvälineistöön ja vene-elektroniikkaan. Lisensiaatintutkimukseni (Markuksela 2009) mukaan tutkittavan yhteisön investointien keskiarvo oli 18 000–19 000 euroa. Summa on kuitenkin kasvanut tutkimusajankohdan jälkeen jäsenten uusien venehankintojen myötä. Harrastuksen käytäntöön punoutuneiden tuotteiden ja niihin liittyvien merkityksien muodostumisessa yhteisöllä on ratkaiseva rooli. Merkitykset rakentuvat käytännön toiminnan myötä jaetuiksi kulttuurillisiksi varannoiksi, joista harrastajat ammen-

tavat näkemyksiä esimerkiksi soveliaista tuotteista (Arnould & Thompson 2005; Cova & Dalli 2007). Yhteisön keskuudessa määrittäyty siten hyväksyttävä vene- tai kelamerkki. Tuotteet voivat toimia myös sosiaalisesti yhdistävinä tekijöinä. Niiden kautta voidaan ilmaista myös sitoutumista, esimerkiksi vaatetuksella voidaan viestittää paitsi yhteenkuuluvuutta toimintaan, myös kuulumuutta tiettyyn harrastusyhteisöön (Markuksela 2009). Kulutuksen kautta ihmiset voivat siten kokea olevansa osa yhteisöä (Solomon 2003). Tutkittavan yhteisön jäsenten joukkoa voidaan pitää kulutuskalastajina, sillä he ovat siirtäneet kuluttajayhteiskunnan arvot ja kulttuurin vapaa-ajankalastukseen (Mikkola & Yrjölä 2003).

Länsimaissa sekä urheilukalastuksen että metsästyksen eri muodot ovat kansainvälisesti sukupuolittuneet miesten vapaa-ajanharrastusmuodoiksi (Franklin 2001; Mordue 2009). Tätä selittävät osittain historialliset juonteet, kytkökset perinteisiin miesten töihin (Mordue 2009). Moottorivetouistelu on maassamme muiden vapaa-ajan kalastusharrastuksien tapaan voimakkaasti sukupuolittunut miehiseksi (Moilanen 2009). Moottorivetouistelu on sosiaalisesti voimakkaasti orientoitunut harrastus, sillä venekunnassa yhteisiin harrastuskäytänteisiin osallistuu tavallisimmin kahdesta neljään (2–4) kalastajaa. Venekunnan miehistön koostumus pysyy tavanomaisesti samanlaisena, tosin sairaudet tai muut kiireet voivat aiheuttaa muutoksia miehistöön. Venekunta toimii aistillisesti yhdessä ja on järjestäytynyt eri toimintojen mukaan.

Vetouisteluharrastus kerää laajemminkin yhteen ihmisiä. Vetouistelun harrastajat ovat usein organisoituneet harrastusjärjestöihin tai harrastusseuroihin ollakseen venekuntaansa laajemmin yhteydessä toisiin uistelijoihin. Erilaiset yhteisöt ovatkin tyypillisiä tälle kalastusmuodolle. Käsillä olevan tutkimuksen kohdeyhteisön Rovaniemen Moottoriuistelijat (RoMu) jäsenluettelo tuo esiin sen, että vain yksi jäsenistä on nainen. Tutkimusyhteisöön kuuluvia harrastajia voidaan siten perustellusti kutsua vetouistelun veljeskunnaksi. Veljeskunnan (muodollisilla) jäsenillä on yhteistä vaatetusta ja yhteisiä rituaaleja, esimerkiksi saunaillat ja seurajoukkueen asettaminen. RoMu:n jäsenet perehdyttävät seuran noviiseja ja harjoittavat initaatio-rituaaleja (jalokalastajaksi tuleminen) ja jakavat keskenään kilpailemisen kannalta tärkeää tietoa. Ennen kaikkea RoMu:n jäseniä yhdistää kuitenkin itse toiminta, moottorivetouistelu. Esimerkiksi moottorivetouistelukilpaileminen ja kilpailuihin valmistautuminen on veljeskunnan keskuudessa yleistä ja arvostettua. Vetouistelukilpailuaktiiviteetti toteutuu puolestaan yhdessä toimimisen kautta.

Tässä tutkimuksessa veljeskunta termillä viitataan ennen kaikkea Rovaniemen moottoriuistelijayhteisöön mutta myös seuran jäsenten yksittäisiin venekuntiin. Nämä kaksi yhteisötasoa eivät ole toisiaan poissulkevia, päinvastoin ne ovat solmiintuneita toisiinsa. Kuva yksi (1., s. 19) ilmentää sekä tutkittavalle yhteisölle että lajille tyypillisiä moninaisia yhteisökytköksiä.



KUVA 1. Vetouisteluyhteisön ”sipulimainen” rakenne.

Kuvan ytimessä ovat yksittäiset venekunnat ja niiden miehistöt. Seurayhteisö, veljeskunta, on yksittäisten venekuntien muodostama kokonaisuus. Veljeskunnan keskuudesta voidaan puolestaan ammentaa uusia jäseniä yksittäisiin venekuntiin. Alueellisella tasolla, tutkimuskontekstissa Lapin läänissä, esimerkiksi moottorivetouistelukilpailuissa yksittäiset venekunnat edustavat paitsi itseään mutta myös omaa veljeskuntaa, kilvoitellakseen toisten venekuntien ja/tai seurojen jäsenten kanssa. Veljeskunnan jäsenet voivat samanaikaisesti olla osana seurarajoja-kin ylittäviä laajempia yhteisöjä. Veljeskuntalaisten kilpailukäytännön ulottuessa alueellista tasoa ulommaksi, esimerkiksi Suomen mestaruuskisoissa, kilpauistelijat edustavat venekunnan ja seuran ohella myös aluetta, josta kilpailumandaatti on saatu. SM-kisoihin osallistuvat uistelijat esittäytyvät esimerkiksi alan sosi-aalisessa tai painetussa mediassa meritoituneina ja taitavina uistelijoina, joiden voidaan katsoa olla myös kansallisen veljeskunnan, ainakin löyhän sellaisen, edus-tajia. Ulkomailla kilpaillessaan tai muutoin kalastusmatkaillessaan veljeskunnan jäsenet voivat toimia myös suomalaisen uistelukulttuurin lähettiläinä.

Paneudun tutkimuksessani yhteen, tutkittavalle harrastusmuodolle yleiseen käytäntökokonaisuuteen – vetouistelijoiden kilpailutoimintaan. Käytäntöteoreettisen sopivuuden ohella kilpailukäsite on kiinnostava myös kulutustutkimuksellisten

yhteisökeskustelujen kannalta, onhan kilpaileminen tavanomaisesti nähty yhteisöllisyyttä uhkaavana ja sitä murentavana tekijänä (mm. Tumbat & Belk 2011).

1.2 Tutkimuksen viitekehys ja tutkimuskysymykset

Tutkimukseni nojautuu *kulttuurisen kulutustutkimuksen* perinteeseen (mm. Arnould & Thompson 2005; Moisander & Valtonen 2006) ja *kulutussyhteisöjä* tarkastelevaan kirjallisuuteen (mm. Cova & Cova 2001; Muñoz & O’Guinn 2001; Schouten & McAlexander 1995). Tutkimukseni nivoutuu myös *vapaa-aika ja harrastustutkimuksen* keskusteluun (mm. Mordue 2009; Stebbins 2007) harrastaminen- ja vapaa-ajankalastus-käsitteen kautta. *Kulttuurintutkimuksen* aistillinen käänne tuo puolestaan esiin sen, kuinka aistit – haju (Classen 1993), tunto (Stoller 1997), kuulo (Bull 2004), näkö (Banks 2001) ja maku (Lindstrom 2005) – ovat paitsi yksilöllisiä myös kulttuurisin arvoin ja merkityksin ladattuja. Tarkempi painotus kulttuurillisiin näkökantoihin mahdollistaa laajemman näkemyksen niihin moniin tapoihin, joilla aistit ja aistillisuus ovat osana sosiaalisuutta muodostettaessa (Howes 2005) ja toimintaympäristöjä merkityksellistettäessä. Kulttuurinen suuntaus nojautuu siihen, että kehollisessa liikkeessä (mm. Parviainen 2006) ja toiminnallisissa käytännöissä paikkoja merkityksellistetään (mm. de Certeau 1984).

Koko työtä sävyttää erityisesti *kulttuurintutkimuksellisesti suuntautunut käytäntöteoria* (mm. Barnes; Gherardi; Reckwitz; Schatzki), joka auttaa saavuttamaan laajempaa ymmärrystä tietyn vapaa-ajanharrastusyhteisön yleisestä käytännöstä. Esitän tutkimuksessa sitä, että nykypäivän harrastusyhteisöjä rakennetaan, ylläpidetään ja neuvotellaan aktiviteettikeskeisissä käytännöissä. Ymmärrystä aktiviteettikeskeisistä käytännöistä saavutetaan puolestaan tarkastelemalla aktiviteettia muuttuvassa toimintaympäristössä toteutuvana yhteistoiminnallisena, kehollisena ja aistillisena toimintana.

Käytäntöteoria on sateenvarjotermi, jonka alle mahtuu erilaisia katsantokulmia (Reckwitz 2002). Esitän tutkimuksessani, että soveltamalla harrastusyhteisön aktiviteetin tarkasteluun kulttuurillista käytäntöteoriaa (tarkemmin luku 4. Käytäntöteoreettiset lähtökohdat) kykenemme tarrautumaan toimintaan kehollisena, yhteistoiminnallisena ja tilallisena kokonaisuutena. Tuon esiin myös sen, kuinka yhteenkuuluva ja liudentuva harrastamistoiminta sekä kanssakäynti toimintaympäristössä muokkaavat kulutusta. Vetouisteluharrastuksen asiayhteydessä uistelukäytännön toteuttaminen ohjaa investointeja esimerkiksi veneisiin ja muuhun tarpeistoon (Warde 2005), joiden avulla saavutaan vesistöön ja ryhdytään toimintaan muuttuvassa luonnon palvelumaisemassa. Lisäämällä viitekehykseen aistillisen käänteen tarkastelukulmaa (tarkemmin alaluku 4.4 Käytäntöjen sidosteiset elementit) syvennän käytäntöteoriassa jo entuudestaan olemassa olevaa aistillisuuden ymmärrystä.

Tulkitsen kulttuurisen käytänteorian asemoituvan lähinnä konstruktivistiseen paradigmaan kytkeytyvän maltillisen sosiaalisen konstruktivismin alueelle (Halkier & Jensen 2011). Sosiaalinen konstruktivismi (Schwandt 2003) nojaa käsitykseen ihmisestä kielellisenä, sosiaalisena ja kulttuurisena olentona, joka rakentaa käsitystään maailmasta sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Sen mukaan todellisuus ja käsityksemme ympäröivästä maailmasta ovat oman sommitelmamme tulosta, mutta se on samanaikaisesti sidoksissa siihen sosiaaliseseen todellisuuteen, jossa elämme (Halkier & Jensen 2011; Lincoln & Guba 2003). Sosiaalisesti konstruoituneessa maailmassa kaksi ihmistä ei voi havainnoida samaa ilmiötä ja vain todeta sitä todelliseksi, heidän pitää myös muodostaa se. Niinpä tiedon, todellisuuden ja sen rakenteiden sekä ilmiöiden nähdään muodostuvan sosiaalisessa ja kielellisessä, mutta ennen kaikkea kehollisessa vuorovaikutuksessa (Schatzki 2002; Reckwitz 2002). Tämän mukaisesti myös kulutusta tarkastellaan siinä sosiaalisessa ja yhteistoiminnallisessa kontekstissa, jossa jaettuja merkityksiä ja kulttuuria muodostetaan sekä tuotteita arvotetaan (Barnes 2001; Warde 2005). Konstruktivistisen ajatteluun nojautuen itse käytäntö muodostaa yhteisöä liimaamalla yhteen ihmiset, tuotteet sekä sosiaaliset suhteet (Gherardi 2009).

Väitöskirjani tavoitteena on laajentaa olemassa olevaa kulttuurisen *kulutustutkimuksen* yhteisökirjallisuutta kehittämällä käytänteoreettista näkökulmaa, joka mahdollistaa harrastusyhteisön rakentumisen ja ylläpidon hienovaraisen tarkastelun. Haen vastauksia siihen, miten yleisellä yhteisökäytännöllä ja yhdessä tekemällä muodostetaan harrastusyhteisöä. Haluan tutkimuksella valottaa lisäksi harrastuskäytännön ja muuttuvassa tapahtumakontekstissa tapahtuvan kanssakäynnin moninaisuutta ja sen moniaistista luonnetta esimerkiksi pohtimalla yhteistoiminnallista kanssakäyntiä ei-inhimillisen toimintaympäristön (mm. vesistö, sää, kalat) kanssa. Kalastuskilpailun kontekstissa on lopulta kyse aistillisesta kilpajuoksusta kalastajien ja kalan välillä – pinnan päällä ja sen alla. Moottorivetouistelijoiden on osattava lukea niin pinnan päällistä kuin pinnanalaisia maisemia ja niiden vallitsevia olosuhteita. Pinnan päällisen maiseman lukeminen pitää sisällään muun muassa sään tulkitsemista, sitä miten se tulee muokkaamaan uistelun kohteena olevaa vesistöä ja minkälaisia uistelun toimia on siten mahdollistaa toteuttaa. Pinnanalaisen vesistömaiseman lukemisessa uistelijat pyrkivät saavuttamaan tietoa veden syvyyksistä, pohjan muodoista, lämpötiloista ja vedenpaineista, niistä olosuhteista, jotka ympäröivät vesistöön uppoutunutta kalaa. Uistelijat yrittävätkin omilla aisteillaan ja apuvälineiden avulla aistia kalan lailla.

Nojaan tutkimuksessani siihen, että yhteisön tutkimisessa on syytä paneutua huomion kohteena olevan aktiviteetin toimintaan etsien erilaisia toimintakokonaisuuksia ja pureutuen johonkin harrastajien yhteiseen ja yhdistävään käytäntöön. Moottorivetouistelun asiayhteydessä kilpailutoiminta on tällainen (Markuksela 2009). Vetouistelukilpailun perusajatuksena on kisa jostakin. Sen tuloksena on mahdollista saavuttaa kunniaa, arvonantoa ja mainetta. Se on aina samalla kilpai-

lua jossakin, jonkin puolesta tai jonkun kanssa (Huizinga 1984). Kisailijat jakavat yleisymmärryksen kilpailun merkityksestä. Se on säännöillä säädelty taitopeli, johon kietoutuu onnen, epävarmuuden, jännityksen, yhteistyön ja jopa huijauksen elementtejä (Caillois 2001) – se yhdistää kisailevia, leikkiviä ihmisiä. Kilpailut ovat siten areenoita, merkityksellisten toisten kohtaamisen mahdollistavia paikkoja.

Tutkimukseni pääkysymys on, **miten vetouistelukilpailukäytännössä muodostetaan harrastusyhteisöä?** Vastaan pääkysymykseen seuraavilla alakysymyksillä:

- 1) Miten yksittäinen kilpailuprojekti rakentuu osatehtävistä koostuvaksi toimintoketjuksi?
- 2) Miten yhteistoiminnallinen kilpailukäytäntö toteutuu muuttuvassa toimintaympäristössä?
- 3) Minkälaista on kehollinen ja aistillinen kilpailutoiminta ei-inhimillisessä toimintaympäristössä ja ei-inhimillisten toimijoiden kanssa?

1.3 Metodologia ja aineistot

Kehollisen ja aistillisen harrastusyhteisökäytännön tarkastelu tapahtumaympäristössään asettaa vaateita tutkimuksen metodille. Raschen ja Chian (2009) mukaan etnografiset menetelmät soveltuvat hyvin käytäntöjen tarkasteluun. Eri-tyisesti eräs käytäntöteoriaan nojaava kulttuurintutkimuksellinen etnografian menetelmämuoto, *aistietnografia* (mm. Valtonen et al. 2010), on käypä tähän tarkoitukseen, sillä se soveltuu hyvin aistillisten harrastuskulutuskäytäntöjen ja ulkoilmapalveluympäristöjen tutkimiseen (ks. Valtonen & Markuksela 2007). Toimintaperiaatteiltaan aistietnografia noudattaa perinteisemmän etnografian periaatteita ja menettelytapoja, mutta se suuntaa episteemisen huomion yksilöllisten kokemuksien asemasta käytäntöön nivoutuvaan aistillisuuteen. Metodilliset perustat ohjaavat osallistuvaa ja tulkitsevaa tutkijaa olemaan siellä, missä tutkittavan ilmiön ihmiset ja ei-inhimilliset toimijat kohtaavat ja toimivat, tässä tapauksessa kalastuskilpailuissa.

Toteutin aistietnografisen kenttätöön Lapissa, erityisessä kulttuurisessa ympäristössä, osallistumalla 22:een Lappi-Cupin kalastuskilpailuun kesien 2007, 2008 ja 2009 aikana. Varsinaisen kolmivuotisen tutkimuksen primäärinen tutkimuskohde oli Lapin suurin moottorivetouisteluseura, Rovaniemen Moottoriuistelijat (RoMu ry), ja sen jäsenten osallistuminen kalastuskilpailuihin. Tutkijan roolina oli ulkopuolisen tarkkailun ohella ottaa osaa kenttätöössä 8–12 tuntia kestäviin kalastuskilpailuihin. Toimia niissä kalastajana muiden joukossa, miehistön jäsenenä joko toisten veneessä tai omassa, korostaen siten Gherardin (2009) mukaista sisältäpäin havainnointia. Tämä astelma mahdollistaa empiirisen aistil-

listen ja dynaamisten käytäntöjen prosessien tutkimisen niissä tiloissa, joissa ne aktualisoituvat.

Aistietnografian käytännön toteutuksessa olen kerännyt monenlaista aineistoa käyttäen erilaisia aineistonkeruutapoja: havainnointia (kirjoitettu muistiin kenttämuistioiden ja kenttäpäiväkirjojen muodossa), keskusteluja (epämuodollisia keskusteluja tapahtumapaikoilla), visuaalista materiaalia (valokuvia, visuaalisia esseitä, videoita) sekä autobiografisia kertomuksia. Aineistonkeruu on monipaikkainen, se ajoittuu tapahtumiin ennen kilpailua, kilpailun aikana ja kilpailun jälkeen eri tilanteissa autotallilla, taukopaikalla, yöpymispaikalla ja veneessä. Konkreettinen tutkimusaineisto koostuu 89 sivusta kenttämuistiinpanoja, kuudesta (6) aistillisesta ja kilpailun tapahtumaketjun osioita kuvaavasta narratiivisesta kertomuksesta, 1500 valokuvasta, viidestä (5) tunnista videomateriaalia, visuaalisesta esseestä sekä lukuisista kisatapahtumiin kuuluvista keskusteluista. Niin ikään aineistoon lukeutuu vetouistelun erikoistunutta lehtiaineistoa ja virtuaaliympäristöön sijoittuvaan aineistoa. Monipuolisen tiedonkeruun tavoitteena oli saavuttaa rikasta aineistoa, joka mahdollistaa tarttumisen toiminnan, aistien, kehon, ympäristön ja tuotteiden interaktioon. Narratiivisuuteen (mm. Gubrium & Holstein 2008) nojautuvan analyysin avulla tuon esiin sen, kuinka yhteisöä ylläpitävän ilmiön, tässä tapauksessa kilpailukäytännön, olemus hahmottuu yhteiseksi kokonaisuudeksi. Ykseydeksi, johon nivoutuu aistillinen, yhteistoiminnallinen tekeminen tapahtumaympäristössään.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Käsillä olevassa tutkimuksen **ensimmäisessä luvussa**, johdannossa, avaan tutkimuksen aihepiiriä: käytäntöä vapaa-ajan harrastusyhteisöä yhdistävänä voimavarana sekä käytännön aistillista luonnetta. Huomio kohdentuu muuttuvassa luonnon palvelumaisemassa toteutuvan kilpailukäytännön kehollisiin, aistillisiin ja yhteistoiminnallisiin, tekijöiden välisiin tekoihin ja sanontoihin sekä inhimilliseen ja ei-inhimilliseen kanssakäymiseen. Tuon ensimmäisessä pääluvussa esille lyhyesti tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen, tutkimuskysymyksen ja metodologiset ratkaisuni sekä aineistoni. Niin ikään argumentoin, miksi tutkimusasettelmani ja tutkimusilmiöni tarkastelu on relevanttia kulutustutkimuksen parissa, erityisesti sen yhteisökeskustelujen kannalta. Johdannon tarkoituksena on kuitenkin toimia ennen kaikkea kutsuna lukijalleen, jotta tämä voi astua veljeskuntalaisen veneeseen ja lähteä mukaan kalastuskilpailun tuoksintaan.

Toisessa pääluvussa, Vetouisteluharrastus vapaa-ajankalastuksen muotona, tarkastelen vapaa-ajan harrastamista, vapaa-ajankalastamista sekä erityisesti vetouistelua kilpailullisena harrastuksena. Käyn läpi erilaisia näkökohtia määrittää ja tarkastella vapaa-aikaa ja harrastamista. Tuon esiin myös *harrastus*-sanana etymo-

logiaa ja siihen liittyviä erilaisia, niin kansallisia kuin kansainvälisiä kulttuurisia merkityseroja, joista on syytä, vaikkapa kirjallisuuteen perehtyessä, olla tietoinen. Lisäksi perehdytän lukijaa sitoutuneen harrastajan käsitteeseen. Niin ikään määrittelen vapaa-ajankalastusta ja sen moninaisia osa-alueita. Selvitän toisessa pääluvussa vapaa-ajankalastuksen käsitettä, huomioni painottuu kuitenkin tutkimuksen keskiössä olevaan urheilukalastukseen. Toisen pääluvun lopussa käsittelen vetouistelua kalastusmuotona, kilpailullisena aktiviteettina. Tuon esiin yhteisön mielipiteitä aktiviteetin viehätysvoimasta sekä kilpailutoiminnan merkityksestä.

Kolmas pääluku pureutuu yhteisöön, käsitteeseen, joka on yksi olennaisimmista, monimutkaisimmista ja jopa kiistellyimmistä aihealueista läntisissä yhteiskuntatieteellisissä keskusteluissa. Kolmannen pääluvun aluksi käsittelen yhteiskuntatieteellistä yhteisökeskustelua, sitä teoreettista pohjaa, joka on perusta muun muassa kulutustutkimuksen yhteisötarkasteluille. Sitten siirryn kulutustutkimuksen kirjallisuuskatsauksen pariin: niihin yhteisökeskusteluihin, joita on käyty vuosien 1988–2010 aikana kulttuurisesti suuntautuneissa kulutustutkimuksen ja markkinoinnin akateemisissa aikakausjulkaisuissa. Kirjallisuuskatsauksen perusteella nostan esiin kulutustutkimuksen neljä yleistä yhteisö-käsitettä – kulutuksen alakulttuuri, virtuaaliyhteisö, uusheimo, brändiyhteisö.

Yleisen yhteisökäsittekeskustelujen jälkeen käyn yksityiskohtaisesti läpi kulutustutkimuksen harrastamista tai siksi lukeutuvaa toimintaa koskettavaa yhteisökeskustelua. Tekemäni hienovaraisen käsittelyn perusteluna on se, että se luo riittävän pohjan ja perustan kriittiselle harrastusyhteisöjen ja kulutustutkimuksen yhteisökeskustelujen tarkastelulle, jossa tuon esiin olemassa olevien yhteisökeskustelujen ansioita, mutta myös ilmi tulleita ongelmakohtia. Niiden pohjalta esitän perustellusti, että kulutustutkimuksen aikaisemmissa tarkasteluissa löydetty yhteisöä ylläpitävät tekijät (mm. hengellis-sävytteiset rutiinit, huolehtiminen, rituaalit jne.) voivat olla esillä yhteisöllisissä aktualisoinissa. Tuon esiin kuitenkin sen, että harrastamisyhteisötoiminta on paljon muuta kuin eetosta ja rituaaleja. Se on ennen kaikkea konkreettista tekemistä. Näin mikään neljästä keskeisestä kulutustutkimuksen yhteisökäsitteestä ei ole sellaisenaan riittävä tutkimukseni yhteisön tai laajemmin toiminnalliseen harrastamiseen liittyvän yhteisön ylläpidon ja rakentumisen tarkasteluun – yhteisön muodostumisen tarkastelukantoja on täydennettävä.

Neljäs pääluku piirtää esiin tutkimukseni käytäntöteoreettisia lähtökohtia. Tämän pääluvun alussa alustetaan lyhyesti käytäntöteorian kehityskulkua. Tämän jälkeen muodostan ne puitteet, joiden sisään rakennan yhteneväisen, kulttuurisen, käytäntöteoreettisen kokonaisuuden. Teen selkoa kulutustutkimuksen ja käytäntöteorian yhdistymisestä. Aloitan katsauksella sen historiallisesta järjestäytymisestä, jonka jälkeen siirryn kulutustutkimuksen käytäntöteorian teoreettisiin ja tutkimusteemallisiin käsittelyihin. Tarkastelen käytäntöteoriaan nojautuvaa kulutustutkimusta myös metodologisista näkökulmista, minkä jälkeen pohdin niitä syitä, jotka selittävät käytäntöteoreettisen käänteen vahvaa jalansijaa kulutustutkimuksessa. Lisäksi tuon esiin tutkimukseni käytäntöteoreettisen otteen, jossa

yhdistän kulttuurisen käytäntöteorian ja siihen nojautuvan kulutustutkimuksen sekä tavan, miten sitä sovelletaan tutkimuskontekstiin.

Neljännessä pääluvussa setvin niin ikään käytännön sidosteisia elementtejä: liikkuvaa kehoa, solmiutuvia aisteja (näkö, kuulo, tunto, haju ja maku) sekä muuttuvaa paikkaa. Tarkastelun tavoitteena on avata käsitteitä ja muodostaa sellaista katsantokantaa kenttätööhön, jolla kyetään laajentamaan kulutustutkimuksen yhteisökeskustelua. Tämän tehtävän aluksi käsittelen kehon käsitettä. Tuon esiin sen, että kehon liikkeen kautta ruumiilliset ja aistilliset harrastuskokemukset mahdollistuvat; kehollisuuden avulla voidaan myös lähestyä ja jäsentää kalastustoimintaa, pohtia sen rytmejä, toisteisuutta ja rutiineja.

Tämän pääluvun keskiössä ovat myös solmiintuvat aistit, jolloin tarkistelen aistikeskustelujen perustoja pohjautuen aistilliseen antropologiaan, maantietoon ja kulutustutkimukseen. Teen myös selkoa tutkimuksen ja aiemman teoriakirjallisuuden mahdollista eroavaisuuksista aloittaen määrittelemällä muun muassa aistimuksen ja havainnoinnin käsitteitä. Käyn myös kirjallisuuskeskustelua aistien lukumäärästä, aisteihin liittyvistä luokitteluista sekä aistihierarkkisista perustoista. Niin ikään valotan aisteihin liittyviä tunnusomaisia piirteitä, kuten yhteenkietoutumista tai solmiintumista. Neljännen pääluvun lopuksi käsittelen muuttuvaa paikkaa. Paikkaa määritellään muun muassa kulttuurimaantieteen sekä humanistisen maantieteen tilan ja paikan käsitteiden kautta. Paikkaa tarkastellaan myös markkinoinnin tilakeskusteluihin sisältyvän palvelumaiseman käsitteen kautta. Näin vetouistelukontekstissa vesistöstä muodostuu palvelumaisema, ei-inhimillinen kokonaisuus, joka vuodenajan, vuorokauden ajan tai kellonajan vaikutuksesta muuntuu. Tässä pääluvussa tuodaan esiin myös ajallisen ulottuvuuden ohella palvelumaisemaa muovaavia ei-inhimillisiä tilannemuuttujia.

Viidennessä pääluvussa esittelen tutkimukseni aistietnografista metodologiaa, kokonaisuutta, joka koostuu viidestä alaluvusta. Käyn läpi etnografisen tutkimuksen kehityskulkua – alkuvaiheista nykyetnografiaan. Tarkastelen luvussa kirjallisuudesta löytämiäni keskeisiä kenttätöiden osa-alueita, kuten esikenttätöitä, kentälle sisäänpääsyä, kentällä oloa, kentältä poistumista. Niin ikään pohdin etnografista aineistoa ja sen analysointia sekä tieteellistä kirjoittamista ja etnografista kirjoittamista. Perusteluna hyvinkin tarkkaan ja hienosyiseen etnografisen tutkimuksen läpikäyntiin on se, että tutkimukseni varsinainen etnografinen osamuoto, aistietnografia, noudattaa toimintaperiaatteiltaan perinteisiä etnografian periaatteita ja menettelytapoja. Tarkat etnografiset osakuvaukset antavatkin lukijalle tietoa tutkimukseen liittyvistä esioletuksista. Aistietnografinen ratkaisuni sisältää nykyetnografian osamuotoja, kuten autoetnografiaa ja visuaalista etnografiaa. Esittelen näitä tutkimuksen kannalta tärkeitä etnografian muotoja omissa alaluvuissaan. Teen myös selkoa valitsemani aistietnografisen osamuodon toimintaperiaatteista sekä vaihtoehtoisten toisten aistillisten tutkimusmenetelmien välisistä eroavaisuuksista. Niin ikään selvitän tulkintaani aistietnografisesta tutkimusstrategiasta sekä yleisellä että konkreettisen tutkimuksen tasolla.

Viidennen pääluvun lopuksi selvitan narratiivista lähestymistapaa sekä tutkimuksen eettisyyttä ja luotettavuutta. Kuvaan narratiivisen lähestymistavan tehtäviä ja roolia kentälle pääsyssä, aineistonkeruussa sekä analyysissa. Jatkan tutkimukseni eettisyyden ja luotettavuuden pohdintaa tutkimustoiminnan ammattitaidon hankkimisen, informaation tuottamisen, informaation välittämisen, informaation käyttämisen sekä tutkija-ammattikunnan kollegiaalisuuden osa-alueilla. Niin ikään tarkastelen tutkimustani tutkijan eettisiä vaatimuksia vasten. Luotettavuuden arviointi tapahtuu puolestaan suhteessa pätevyYTEEN, toisin sanoen validiteettiin ja reliabiliteettiin, eli täsmällisyyteen.

Pääluvussa kuusi, Veljeskunnan kilpailukäytäntö, esitän aistietnografisella metodilla keräämiäni aineiston analysoinnin tuloksia. Se on kokonaisuus, joka koostuu kahdesta käsittelyosuudesta: 1) Kalastuskilpailun ajallinen eteneminen ja 2) Kilpasilla kalojen kanssa. Ensimmäisessä osuudessa käsittelen vetouistelukilpailukäytännön ajallista etenemistä: kuinka vesille mennään ja kuinka siellä ollaan kilpailussa sekä kilpailun jälkeisiä tapahtumia. Tuon luvussa ilmi sen, kuinka käytäntöteoriaan nojautuva aistietnografi kykenee ulkoapäin toteutettuun havainnointiin pohjautuen muodostamaan käsitystä käytännön organisoitumisesta, esimerkiksi purkamaan käytäntökokonaisuutta projekteihin ja osatehtäviin ja hahmottamaan käytäntöä ajallisesti järjestäytyneeseen kolmivaiheiseen tapahtumaketjuun. Muodostetun ajallisen organisoitumisen ohella tuon julki pääluvussa etnografisen sisältäpäin havainnoinnin (mm. narratiivien, visuaalisten kuvastojen ja kirjoituksien analyysien) avulla sitä, miten kuhunkin osavaiheeseen sisältyy osaavaa (tai osaamatonta), kollektiivista, aistillisesti ja kehollisesti rikasta toimintaa, sekä miten näitä tekoja toteutetaan.

Kuudennen pääluvun alaluvuissa pureudutaan ja siirrytään kilpailukäytännön ytimeen, eli kilpailussa-osatehtävän toteuttamiseen ja varsinaiseen kilpasilla oloon – tekemisiin kalojen kanssa. Alaluvut kertovat lukijalleen veljeskuntayhteisön miellyttävistä ja työteliäistä hetkistä, muuttuvassa vesistössä ja vaihtelivissa olosuhteissa. Niin ikään luku tuo julki sen, että vetouistelijan on aistittava pinnanpäällistä ympäristöä, mutta myös pinnanalaista toimintaympäristöä saadakseen kalan nappaamaan – on aistittava kuin kala. Luku tuo esiin erityisesti kanssakäymisen ja vuorovaikutuksen ei-inhimillisten tekijöiden – kuten vesistön, sään, kalojen sekä tarpeiston – kanssa.

Pääluku seitsemän käsittelee tutkimuksen johtopäätöksiä kooten yhteen tutkimuksen päätuloksia, tutkimuksen kontribuutiota teoreettisiin ja managerialisiin keskusteluihin sekä jatkotutkimusehdotuksia. Tuloksista nousee esiin yhteisöä yhdistävän käytännön yhteistoiminnallinen ja aistillinen luonne: käytäntö on perin kehollista ja aistillista, yhteistoiminta on myös inhimillisen ja ei-inhimillisen vuorovaikutuksellinen kokonaisuus. Kerron tässä pääluvussa siitä, kuinka harrastusyhteisö rakentuu taitavan kehollisen yhdessä toimimisen ja tuotteiden käytön kautta ja miten tätä toimintaa ohjaa kilpailukäytännön immanenti logiikka. Tuon esiin myös toiminnan kontekstin – esimerkiksi sää-

olosuhteiden vaikutuksen ja alati muuttuvan kalastuspaikan – moninaisuuden ja moniaistisuuden. Pohdin loppuluvussa myös kehittämäni metodin antia kulutus-tutkimuksen menetelmäkeskusteluun. Lopuksi avaan ovia tulevaan tutkimukseen ehdottaen kulttuuriseen käytäntöteoriaan sekä aistietnografiseen tutkimusmetodologiaan nojautuvan tutkimusasetelman soveltamista laajemminkin toiminnallisten ulkoilma-aktiviteettien tarkasteluun.

2. Vetouisteluharrastus vapaa-ajankalastuksen muotona

2.1 Vapaa-ajan ja harrastamisen määrittelyä

Vapaa-aikaan sisältyvät erilaiset harrastamisen muodot vaihtelevat passiivisesta aktiiviseen tekemiseen (Stebbins 2007). Toteuttaminen voi tapahtua joko yksin tai se voi olla luonteeltaan kollektiivista. Harrastamisen merkitys voi myös vaihdella, toiselle se on vakavaa sekä merkityksellistä ja toiselle se on mukavaa tekemistä muiden aktiviteettien rinnalla. Näkemyksen harrastamisen kokonaisvaltaisesta virkistäväyydestä voidaan kyseenalaistaa (Uriely 2001). Harrastaminen voi olla myös koettelevaa ja työlästä. Harrastaminen onkin jossain työn ja vapaa-ajan välimaastossa ollen enemmän kuin joutoaikaa, mutta ei aivan taloudellista ansiotyötäkään (Gelber 1999). Tutkimuksessani harrastaminen ja harrastus ymmärretään harrastaneisuuden kohdentumisena tiettyyn asiaan, lajiin, tekniikkaan tai välineeseen (ks. Metsämuuronen 1995). Harrastaminen ilmenee toiminnallisena, kognitiivisena sekä affektiivisena aktiivisuutena ja on luonteeltaan jatkuvaa sekä suhteellisen pitkäaikaista (mt. 1995). Harrastuksesta voi muodostua keskeinen tekemisen ja kiinnostuksen kohde, jolloin harrastajan elämäntyö ja sosiaaliset verkostot voivat rakentua tietyn aktiviteetin ympärille (Kim & Scot & Crompton 1997; Needham & Sprouse & Grimm 2009).

Vapaa-ajan käsitteestä ei ole yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Terminologian on todettu vaihtelevan eri maiden välillä (Juniu 2000, 3), ja samankin kulttuurin sisällä sanaan liittyvät erilaiset merkitykset ovat tavallisia. Jari Järviluoma (2006, 30) toteaa väitöskirjassaan käsitteeseen liittyvän lisäksi käännösongelmia, esimerkiksi suomen ja englannin kielen välillä. Suomen kielen sanaan vapaa-aika on englannin kielessä ainakin kolme vastinetta: ”free time”, ”spare time” ja ”leisure”. Free time -sana kääntyy suomeksi vapaa-ajaksi, mutta käsitteellisissä pohdintoissa yleisemmälle leisure-sanalle ei ole täsmällistä vastinetta. Keskusteluissa on esitetty, että free time- ja leisure-käsitteet on syytä pitää erillään (ks. Iso-Ahola 1980, 8; Järviluoma 2006, 30; Stebbins 1998, 14–15). Tässä tutkimuksessa viitataan jatkossa vapaa-ajalla ”leisure”-sanaan ja käsitteeseen, jollei toisin mainita. Leisure-käsite soveltuu merkitykseltään paremmin harrastuskulttuurin ja vapaa-ajan harrastamisen kuvaamiseen kuin ”free time” tai ”spare time”.

Vapaa-aika määritellään tavanomaisesti residuaalisena aikana. Tällöin se on aikaa, joka jää jäljelle työntekoon, nukkumiseen, syömiseen, pakollisiin toimintoihin tai velvollisuuksiin käytetyn ajan jälkeen (Dumazedier 1974, 68–75). Vapaa-aika on täten ansaittu työnteon ja velvollisuuksien hoitamisella. Se on

vapaavalintaista aikaa, aikaa levolle ja työstä toipumiselle. Ajattelun mukaan vapaa-aika on työn vastakohta, ja näin työhön liittyy siten usein pakonomaisuuden miellelyhtymä. Tämän näkökulman mukaan vapaa-aika-käsite (leisure) määrittyy aikana, eli vapaa-ajan (free time) aikamääränä (Beatty & Torbert 2003; Neulinger 1981; Schor 1991). Vapaa-ajan määrittämistä residuaalisena aikana on kritisoitu eri tavoin. Esimerkiksi Rosemary Deem (1988, 78) katsoo työajan ja vapaa-ajan rajojen liukuvan, sillä esimerkiksi yhä useammin työ seuraa vapaa-ajalle, työssä on hetkittäisiä vapaita taukoja tai työpaikoilla voidaan keskustella vapaa-ajasta tai ajatella sitä. Lisäksi työ voi olla virkistävää ja vapaa-aika uuvuttavaa, työ luovaa ja vapaa-aika rutiinia. Niin ikään vapaa-ajan vapaavalintaisuus on usein moninaisesti rajoittunutta (Valtonen 2004).

Vapaa-aikaa on määritelty myös käyttäytymisen tai aktiviteetin näkökulmasta. Aktiviteetteihin pohjautuva lähestymistapa pyrkii tuottamaan tietoa siitä, miten aikaa käytetään (Hemmi 1993, 43; Kelly 1990; Stebbins 1998, 17). Beattyn ja Torbertin (2003, 241) mukaan vapaa-aika aktiviteettina tarjoaa selkeämmän pohjan vapaa-ajan käsitteelle kuin epäselvyyksiä sisältävä residuaalinen vapaa-ajan määritelmä. Näkemys vapaa-ajasta aktiviteettina on innoittanut erityisesti turismia, virkistäytymistä ja urheilua tutkivia vapaa-ajan tutkijoita. Järviluoman (2006, 32) mukaan vapaa-aika määrittyy listaksi erilaisia vapaa-aikaan kuuluvia toimintoja (spare time activity). Hän kritisoi kuitenkin näkemystä siitä, että jokin tietty aktiviteetti kuuluisi ainoastaan kategoriaan ”vapaa-aika”. Järviluoma (mt. 2006) esittää, että henkilöstä tai tilanteesta riippuen aktiviteetit voivat olla vapaa-ajan aktiviteetteja tai vaihtoehtoisesti lukeutua johonkin muuhun toimintaan.

Vapaa-ajan määrittelyt residuaalina ja aktiviteettina ovat luonteeltaan objektiivisia määritelmiä (ks. Heinonen 2004, 36; Järviluoma 2006, 31). Objektiivisen lähestymistavan ohella vapaa-aikaa on määritelty subjektiivisesta näkökulmasta, jolloin korostuvat vapaa-aikaan liittyvät yksilölliset kokemukset (Kelly 1990, 18), motiivit (Järviluoma 2006, 31), tunteet (De Grazia 1962, 65) ja mielentilat (Godbey & Parker 1976, 54). Vapaa-aika on käsitteenä tällöin luonteeltaan laadullinen ja kvantitatiivisesti vaikeammin määritettävissä (Iso-Ahola 1980; Sobel 1981). Järviluoman (2006, 33) mukaan vapaa-ajan määrittämisen liittyy ongelmia. Mikäli esimerkiksi vapaa-ajan määrittäisi vain mielentila, oleellisinta olisi tähän tilaan pääseminen – ei aika tai aktiviteetti. Tämä vaikeuttaisi käytännön tutkimusta, erityisesti tutkimuksen operationalisointia. Tässä tutkimuksessa nojaudun Järviluoman (mt. 2006) näkemykseen siitä, että ymmärtääkseen vapaa-aikaa sitä tulee tarkastella laaja-alaisesti usean näkökulman kokonaisuutena, vapaa-aika on ”aikaa” mutta ei pelkästään sitä ja se on muutakin kuin siihen liittyviä toimintoja.

Vapaa-ajan aktiviteetteihin sisältyvään harrastamisen käsitteeseen ei myöskään löydy yhtenäistä määritelmää. Moninaisuutta kuvastavat esimerkiksi useat englannin kielessä harrastamista merkitsevät ilmaisut, joita on määritelty joko erillisinä tai toisiinsa liittyvinä käsitteinä, kuten ”interest”, ”avocation”, ”leisure activity”, ”hobby”, ”pastime” ja ”recreation”. Esimerkiksi sana ”recreation”, virkis-

täytyminen, voidaan yhtäältä mieltää itsenäisenä, enemmän tai vähemmän suunniteltuna, aktiivisena toimintana (Bryan 1979; Järviluoma 2006, 30), tai toisaalta se voi liittyä kokemuksena toiseen käsitteeseen, kuten "leisure activity" (Kaplan 1975, 26). Lisäksi saman käsitteen, kuten "recreation" ja "leisure" sisällöistä löytyy useita erilaisia määritelmiä ja näkemyksiä (ks. Veal 1992) esimerkiksi sen mukaan, mikä on aktiivista ja passiivista tekemistä. Sanojen välisiä eroja esiintyy myös suomen ja englannin kielen välillä, kuten "harrastus" ja "interest" -termien välillä. "Interest"-termin merkitys suomeksi on "mielenkiinto" tai "mielenkiinnon kohde". Suomen sana "mielenkiinto" on merkitykseltään kapea-alaisempi ja lyhytaikaisempi kuin harrastus, ja sitä voidaan pitää osin persoonaa peilaavana piirteenä. (Metsämuuronen 1995, 16; Ruohotie 1976, 25–26.) Englannin kielessä asia on päinvastoin, "interest" on merkitykseltään laajempi kuin "hobby". Englannin kielen "hobbyn" merkitystä tässä yhteydessä vastaisi suomen kielessä harraste-sana. (Metsämuuronen 1995.) Harraste käsitteenä on puolestaan merkitykseltään kapeampi kuin harrastaminen, ja siihen liittyy vähättelevä sävy, varsinkin sanamuodossa "harrastelu" (Itkonen 1982; Metsämuuronen 1995). Niin ikään suomen kielessä harrastamisen käsitteestä voidaan halutessa erottaa harrastuneisuuden käsite, jolloin "harrastuneisuus" ilmentää mentaalista orientaatiota harrastusalueeseen. Sen sijaan "harrastamisessa" korostuu toiminta tietyllä harrastusalueella. (Ks. Metsämuuronen 1995.) Tässä tutkimuksessa harrastaneisuuden käsitettä ei eroteta harrastamisesta.

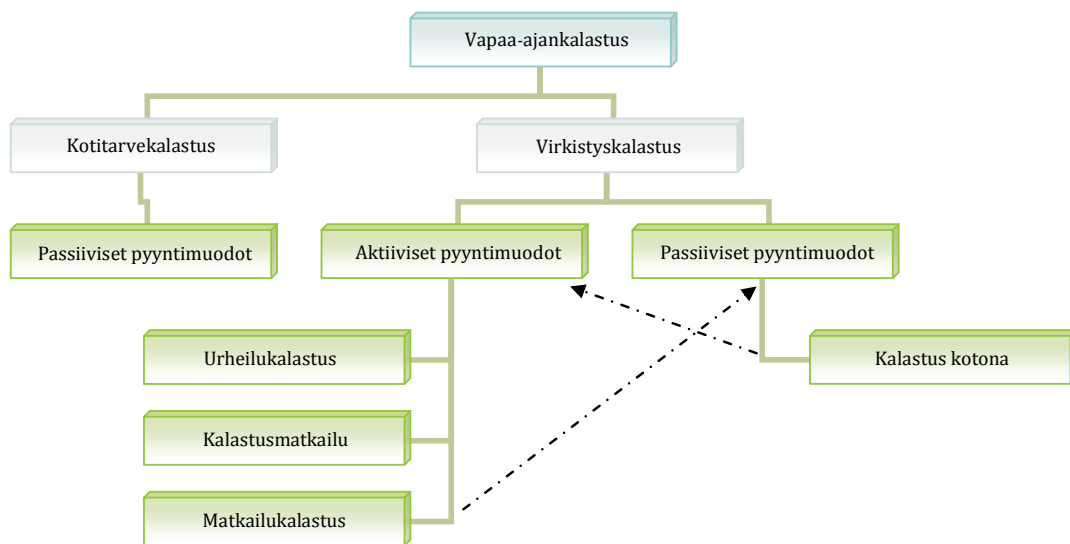
Vakavaa vapaa-ajan harrastamista on tarkasteltu usein sitoutumisen ja siihen liittyvän osallistumisen käsitteen näkökulmista (Scott & Schafer 2001). Sitoutumisen käsitettä on käytetty kuvamaan ja selittämään ihmisten pysyvää tai pitkäluontoista käyttäytymistä (Becker 1960). Ihminen on sitoutunut johonkin asiaan silloin, kun se on hänelle henkilökohtaisesti merkittävä ja tärkeä (Ahopelto & Raatikainen 1994, 171). Sitoutuminen voidaan määritellä käyttäytymisen kokonaisuudeksi, joka sitoo yksilöitä ja ryhmiä tiettyihin vapaa-ajan käyttäytymisen malleihin (ks. Buchanan 1985; Kim & Scott & Crompton 1997). Harrastukseen sitoutumisen voidaan katsoa olevan määrätietoista sekä tavoitesuuntautunutta käyttäytymistä, jossa osallistumisesta sitoutumisen kohteeseen voi muodostua ajan myötä keskeinen osa harrastajan elämää (Scott & Schafer 2001). Aktiiviteettiin keskittyminen merkitsee myös lisääntyntä sitoutumista harrastukseen toisten vaihtoehtoisten harrastusten kustannuksella. Sitoutumisessa on eri tasoja (Pesonen & Muurinen 1994, 171), se ei ole pelkästään *kaikki tai ei mitään* -tyypistä käyttäytymistä (Janis & Mann 1977, 284). Kuitenkin sitoutuneeseen käyttäytymiseen liittyy olennaisesti omistautuminen ja sisäinen vakaumus (Kim & Scott & Crompton 1997, 321). Vapaa-ajan harrastustoimintaa tutkivat ovat usein käsitelleet sitoutumista samankaltaisena tai päällekkäisenä nimityksenä osallistumisen kanssa (ks. Bryan 1979; Wellman et al. 1982). Toisaalta käsitteitä on pidetty toistensa synonyymeinä (ks. McIntyre 1992) tai selvästi toisistaan eroavina (Bloch & Black & Lichtenstein 1989; Kim & Scott & Crompton 1997).

Kulttuurihistorioitsija Johan Huizingan (1984) näkemys leikistä ja leikkivästä ihmisestä (*homo ludens*) voidaan yhdistää harrastamiseen. Se avaa vapaa-ajan tekemisiin ja harrastuksiin mielenkiintoisen näkökulman. Kuvaamalla leikin erityispiirteitä – mm. jännitys, sattuma, kilpailullisuus, taito ja sosiaalisuus – ja niiden kulttuurihistoriallista säilyvyyttä Huizinga tekee ymmärrettäväksi sitä, miten leikeistä ja peleistä kiinnostutaan aina uudestaan, sukupolvesta toiseen. Esitänkin tutkimuksesani, että vapaa-ajanharrastamista tulee tarkastella tähän tapaan monisyisesti, tilannekohtaisena usean näkökulman konstruktiona – yhtä geneeristä tapaa ei ole löydettävissä.

2.2 Vapaa-ajankalastus harrastuksena

Tässä alaluvussa määrittelen vapaa-ajankalastusta ja sen eri osa-alueita sekä vapaa-ajankalastusta harrastuksena. Laajasti määriteltynä vapaa-ajankalastuksena voidaan pitää kaikkea kalastusta, paitsi myyntiin kalastamista tai muuta ammatikalastusta. Käytännössä vapaa-ajankalastukseen kuuluvat sekä kotitarvekalastus että virkistyskalastus. (Maa- ja metsätalousministeriö 2002, 9.) Tämä kotimainen vapaa-ajankalastuksen käsite vastaa myös muualle Eurooppaan vakiintunutta käsitystä, sillä Euroopan sisävesikalastusjärjestö (EIFAC) on luokittelussaan sisällyttänyt kotitarvekalastuksen osaksi vapaa-ajankalastusta (mt. 2002, 34).

Vapaa-ajankalastajakunta on muun suomalaisen väestön tapaan kaupungistunut (Lappalainen 1995, 57–62). Suomalaisen yhteiskunnan kaupungistumisen ja toisen asunnon omistamisen yleistymisen myötä asuinpaikan lähistöllä tapahtuvan kalastuksen rinnalle on tullut lomapaikkaan ja -aikaan keskittyvä vapaa-ajankalastus (Mikkola & Sievänen 2002, 17). Kalastamista harjoitetaan teollisissa maissa yhä enemmän harrastuksen ja virkistyksen vuoksi (Smith 1986). Vapaa-ajankalastuksessa painottuu siten kotitarvekalastuksen sijaan virkistyskalastus, jolloin yhtäältä aktiiviset pyyntimuodot eri muodoissaan ovat yleistyneet ja toisaalta saaliin merkitys kalastajan taloudessa on vähentynyt (Maa- ja metsätalousministeriö 2002, 9). Kuvassa kaksi (2., s. 32) esitän teoreettista kirjallisuutta yhdistämällä vapaa-ajankalastuksen osa-alueet ja pyyntimuodot.



KUVA 2. Vapaa-ajankalastuksen osa-alueet (ks. Hemmi 1995; Koskela 1995; Maa- ja metsätalousministeriö 2002).

Virkistyskalastus poikkeaa ammatti- ja kotitarvekalastuksesta, koska se on kalastustoimintaa, jossa saaliilla ei keskeisesti tavoitella taloudellista hyötyä (ks. Kalastusasetus 1116/82, muutettu 232/94). Tästä näkökulmasta vain virkistyskalastusta eri pyyntimenetelmillä voidaan pitää vapaa-ajan harrastuksena. Virkistyskalastusta voidaan harjoittaa sekä passiivisilla että aktiivisilla pyyntimenetelmillä. Aktiivisia kalastusmuotoja ovat kaikki vakalastustavat sekä sellaiset pyyntimuodot, joissa korostuu toiminnallisuus ja joissa pyytäjällä on tuntuma saatuun saaliiseen. Passiivisiin pyyntimuotoihin puolestaan luetaan verkot, katiskat, rysät ja näihin rinnastettavat muut kiinteät pyydykset. (ks. Hemmi 1995, 256; Koskela 1995, 21–22.)

Virkistyskalastukseen katsotaan kuuluvan kalastus kotona, urheilukalastus, kalastusmatkailu sekä matkailukalastus. Kalastus kotona tapahtuu joko kodin tai toisen asunnon läheisyydessä. (Hemmi 1995, 256; Koskela 1995, 21.) Suomalaisessa kalastuksessa kotona käytetään usein myös passiivisia pyyntimenetelmiä (Maa- ja metsätalousministeriö 2002, 23), esimerkiksi kotivesistöissä tai mökillä. Urheilukalastajien harrastamiseen liittyy usein kilpaileminen (Puhakka & Salonen 2005) ja jännityksestä saatava mielihyvä (Mikkola 2004a). Urheilukalastajat käyttävät pääasiassa aktiivisia pyyntimenetelmiä (Hemmi 1995; Koskela 1995). Vapaa-ajankalastuksen ja virkistyskalastuksen kontekstissa sitoutuneet harrastajat löytyvät urheilukalastajien joukosta. Urheilukalastajat osoittavat harrastuskäytännöissään vapaa-ajan kirjallisuudessa sitoutumista ilmentäviä määreitä, kuten harrastusjärjestöön kuulumista (Kim & Scott & Crompton 1997; Kuentzel &

McDonald 1992), pitkäaikaista osallistumista harrastukseen (Iwasaki & Hawiz 1998), osallistumista aktiviteettiin liittyviin kilpailuihin (Csíkszentmihályi 1975), motivaatiota jatkaa harrastamista ja harrastusinvestointeja (Shamir 1988) sekä lajiosaamista (Bryan 1977; 1979). Sitoutuneille urheilukalastajille kalastus on tärkeää. He ovat valmiita matkustamaan saadakseen mahdollisuuden kalastaa mieleisellään tavalla ja mieleisessään ympäristössä.

Kalastusmatkailussa matkustetaan vakinaisen asuinpaikkakunnan ulkopuolelle tarkoituksena harrastaa virkistyskalastusta. Kalastusmatkailuksi mielletään toiminta, jossa matkalle lähdön syynä on ennen kaikkea kalastus (Hemmi 1995; Koskela 1995). Kalastusmatkustaja matkustaa siis kalastaakseen ja käyttää harrastuksessaan aina aktiivista pyyntimenetelmää (Markuksela 2005; Paataja 2004). Kalastusmatkailuun ei välttämättä liity majoittumista (Hemmi 1995, 256; Koskela 1995, 25–27; Maa- ja metsätalousministeriö 1995, 10–11). Matkailukalastuksessa painopiste on puolestaan matkailussa. Matkailukalastajille kalastus ei ole määräävässä asemassa matkan aikana – se ei ole tärkeintä – vaan se on yksi matkan mahdollisista sivuteemoista. Matkailukalastajan kalastusmuotoihin voi sisältyä aktiivisten pyyntimenetelmien ohella myös erilaiset passiiviset pyyntimuodot. (Hemmi 1995; Koskela 1995.)

Ruotsalainen kalastavien matkailijoiden ryhmittely on yhdenmukainen kotimaisten matkailukalastaja- ja kalastusmatkailija-käsitteiden kanssa. Kalastavia matkailijoita on ruotsalaisessa tutkimuksessa ryhmitelty toiminnan luonteen mukaan kolmeen tyyppiin tai ryhmään (Fiskeriverket & Turistdelegationen 1999). Ensimmäisen ryhmän muodostavat aktiivikalastajat, jotka ottavat lomaa matkustaakseen kalastamaan (mt. 1999). Tämä tyyppi vastaa kotimaista kalastusmatkailijoiden ryhmää. Toisena ryhmänä ovat lomakalastajat, jotka kalastavat lomallaan matkakohteessa (mt. 1999). Kolmannen ryhmän muodostavat puolestaan satunnaiset kalastajat, jotka tekevät päätöksen kalastuksesta matkakohteessa harrastusmahdollisuuden ilmetessä (Fiskeriverket & Turistdelegationen 1999). Ruotsalaisen luokituksen toinen ja kolmas ryhmä vastaavat suomalaisen matkailukalastajan käsitettä.

Kalastavia matkailijoita, kalastusmatkailijoita ja matkailukalastajia ovat ennen kaikkea urheilukalastajat. Kuitenkin ainoastaan kalastusmatkailussa kalastaminen mieleisellä tavalla ja mieleisessä paikassa on matkan tärkein peruste. Kalastusmatkailijat kokevat kalastamisen niin tärkeänä, että he ovat valmiita matkustamaan harrastuksensa vuoksi. Vain sitoutuneita urheilukalastajia voidaan pitää kalastusmatkailijoina (Markuksela 2009). Kalastusmatkailevien urheilukalastajien pääjoukon muodostavat joko rannalta tai veneestä erilaisin vapavälinein kalastavat pyytäjät sekä veneestä kalastavat vetouistelun harrastajat. Urheilukalastusilmiön teoretisointia voidaan pitää relevanttina. Tämä vähän tutkittu aktiviteettimuoto on liiketaloudellisesti merkittävä ja erittäin merkityksellinen toteuttajilleen. Tutkimukselliset intressit puoltavat tarkastelun kohdentamista sitoutuneisiin vapaa-ajankalastajiin ja tiettyyn kalastuksen lajimuotoon (mm. Markuksela 2009).

2.3 Vetouistelu kilpailullisena harrastuksena

Moottorivetouistelu on kalastusmuoto, jossa motorisoidun veneen avulla vedetään vedessä olevaa kalastussiimaa ja siiman päässä olevaa syöttiä. Moottoriin voimalla tapahtuvan vetouistelun perinteet ovat soutu-uistelussa, ja ne ovat miltei 200 vuotta vanhat (Olsson 1994). Moottorin ja veneen sekä uistelukalastuksen yhdistäminen tapahtui Pohjois-Amerikan Isojenjärvien alueilla, jossa oli voimakas pohjoismaalainen asukasto. Kalastuslaji levittäytyikin Pohjoismaihin, Ruotsiin ja Suomeen, 1960-luvulla, mutta varsinainen yleistyminen tapahtui 1980-luvulla (Olsson 1994; Rekiö 1993). Ruotsi ja Suomi ovat Euroopan johtavia vetouistelumaita (Rekiö 1993), Ruotsi saaliiden ja käytettävien tekniikoiden saralla ja Suomi suurimmalla harrastajamäärällään (Olsson 1994). Vetouistelu on onki- ja vapakalastuksen jälkeen kolmanneksi yleisin kalastuksen tapa maassamme. Sitä harrasti vuonna 2008 peräti 410 000 henkilöä. (Moilanen 2009.)

Moottorivetouistelu on sosiaalinen harrastuksen muoto, jossa yhdessä venekunnassa on tavallisesti useampi uistelija ja järjestyissä kilpailuissa venekuntien määrä vaihtelee useista kymmenistä satoihin. Vetouistelun harrastajat ovat usein organisoituneet harrastusjärjestöihin tai harrastusseuroihin ollakseen venekuntansa laajemmin yhteydessä toisiin uistelijoihin. Moottorivetouistelu harrastuslajina on hyvin tekninen, esimerkiksi kaloja etsitään kaikuluotainten avulla ja muita apuvälineitä käyttämällä. Tämän aktiviteetin sitoutunut harrastaminen vaatiikin investointeja välineisiin, kuten keloihin, vapoihin, pyyntivälineisiin, vieheisiin, siimoihin, elektroniikkaan ja vetokärryyn. Kyseessä olevia harrastajia voidaan pitää siten kuluttajakalastajina. Innokkaat vetouistelijat täyttävät investointien ohella myös muita sitoutumista ilmentäviä määreitä, joita ovat muun muassa harrastusjärjestöön kuuluminen ja pitkäaikainen osallistuminen harrastukseen. (Markuksela 2009.)

Lisensiaatintutkimukseni (Markuksela 2009) mukaan tutkimusyhteisön jäseniä viehättää eniten moottorivetouisteluharrastuksen monipuolisuus. Siinä ”yhdistyvät veneily ja kalastus”. Harrastaminen on täynnä kokemuksia: ”jokainen päivä on erilainen sään ja saalin puolesta”. Uistelijan on sopeuduttava sää- ja vesistöolosuhteisiin etsimällä muuttuviin tilanteisiin sopivia käytäntöjä. Harrastus tarjoaa haasteita ja mahdollistaa luovien ratkaisujen tekemisen. Luovuus toteutuu esimerkiksi vieheiden valmistuksessa, sen parissa ”taiteilija pääsee irti”. Harrastuksen moninaisuutta kuvastaa se, että harrastaja voi uistelllessaan ”puuhastella” ja kokeilla eri välineistöä ja lajitekniikoita tai ”vain oleilla”.

Toiseksi eniten harrastuksessa viehättävät luonto ja kalastuspaikan ympäristö. Luonnon läheisyyden ja rauhan kokeminen sekä ”vesillä olo” Lapin isoilla järvillä on tärkeää harrastajille. Moottorivetouistelun viehätöksessä saalis ja siihen kuuluvat etukäteisodotukset ovat harrastajille kolmanneksi merkityksellisin viehätysvoima. Saalis tuottaa onnistumisen kokemuksia ja saalismäärän toivotaan olevan

”suuri” tai ”sopiva”. Usko siihen, että on ylipäättään mahdollista saada saalista, ja jopa suurta, on olennainen.

Neljänneksi merkittävin moottorivetouistelun viehätysvoima on kalanpyyntiin liittyvä jännitys, joka syntyy ”jatkuvasta odotuksesta, ei koskaan tiedä, mikä siiman päähän iskee”. Saalin arvaamattomuuden ohella kalanpyynnin jännitystä luo epäonnistumisen uhka. Kalan käytyä kiinni se pitää vielä väsyttää ja haavita onnistuneesti veneeseen. Näihin vaiheisiin sisältyy monia mahdollisuuksia tehdä erheitä ja menettää kala. Jännitys kasvaa entisestään, jos kyseessä on kilpailu tai kala on ”se iso”. Huizingan (1984) mukaan juuri agônissa eli kilpailumuotoisessa kamppailussa, kuten kalastuskilpailussa, jännitys, epätietoisuus onnistumisesta ja epävarmuus saavuttavat huippunsa.

Viidenneksi tärkein vetouistelun viehätysvoima on kiireettömyys, eli mahdollisuus käyttää vapaavalintaista aikaa harrastamiseen, jolloin ”ajan taju häviää” ja vallitsee ”vapaus” ja ”rauha”. Virkistäytyminen moottorivetouistelua harrastaen on kuudenneksi tärkein viehätysvoima. Harrastus on arjesta ja työstä irtautumisen mahdollistaja. Harrastus toimii siten työn vastapainona, se on ”stressin poistaja”, ja harrastaessa ”hermot lepäävät”. Sosiaalinen toiminta kalakavereiden kanssa on seitsemäs moottoriuistelun viehätysvoima. Moottorivetouistelu on harrastajille kaveripiiriin välinen ”sosiaalinen tapahtuma” ja ”kalastusretket hyvällä porukalla” on harrastuksen viehätysellinen anti.

Moottorivetouistelun kalastuskäytäntöön liittyy usein osallistumista kilpailuihin ja niihin liittyvää kalastusmatkailua (Markuksela 2009). Tapahtumapaikkakunnalle matkataan kilpailun tähden. Maamme aktiivisten kilpailukalastajien määrän arvioidaan olevan noin 10 000 henkilöä (Maa- ja metsätalousministeriö 2002). Kansallisessa vetouistelukontekstissa yksi arvostetuimmista saavutuksista on päästä osallistumaan Vetouistelun Suomen Mestaruuskilpailuun. Kansallinen kilpailutoiminta alkoi vuonna 1983 (Rekiö 1993). Vuoteen 2003 saakka ainoa keino päästä SM-kisoihin oli osallistua johonkin Suomen Uistelutoimikunnan alaisuuteen kuuluvaan alueellisen cupin kilpailusarjaan. Suomen Uistelutoimikunta päättää vuosittain hakemuksien pohjalta alueellisten cup-osakilpailujen lukumäärään ja vesistöt, joissa kisat pidetään. Osallistumisoikeutta minkään alueelliseen cupin karsintakilpailuihin tai kokonaiskilpailuun ei ole kuitenkaan rajoitettu asuinpaikkaan, vaan se on vapaavalintainen. Käytännössä matkojen ja vesistöjen tuttuuden vuoksi harrastajat valitsevat usein cup-alueeksi sen kalastusympäristön, joka sijaitsee kohtuullisen lähellä harrastajan asuinpaikkaa. (Markuksela 2009.)

Suomen uistelutoimikunta on ryhtynyt kehitystoimiin ylläpitääkseen kilpailukulttuuria. Vuonna 2004 uistelutoimikunnan kokouksessa päätettiin alkaa rakentamaan uutta valtakunnallista cupia, joka toisi uusia harrastajia mukaan kilpailutoimintaan (Tuominen 2008). Venemessuilla vuonna 2005 yhteistyösopimuksen myötä lanseerattiin uusi Suzuki-cup. Se tekee mahdolliseksi kiertää uistelutoimikunnan alaisia kilpailuja lukumäärällisesti rajoituksetta missä tahansa Suomessa ja laskea neljän parhaan kisan yhteistulokset yhteen. Uudistus

valtaistaa aktiivisia kilpakalastajia. (Tuominen 2008.) Se tarjoaa potentiaalisen mahdollisuuden tehdä kokeiluja tai harrastajien mieltymyksien mukaisia ratkaisuja vesistön, luontoympäristön, kalakannan ja pyyntitapojen suhteen. Lisäksi se mahdollistaa myös osallistumatta jättämisen kilpailuihin, jotka eivät miellytä harrastajia. Vuonna 2010 Suomen Uistelutoimikunta solmi uuden yhteistyösopimuksen, jonka myötä cup jatkaa OPM-nimellä. Uistelutoimikunta on uudistustoimenpiteiden jälkeen säilyttänyt uuden rinnalla vanhat alueelliset cupit. Suomen Uistelutoimikunta on jatkanut kansallisen uistelukilpailutoiminnan kehittämistä, se on esimerkiksi myöntänyt oikeuden järjestää Lapin piiritasolla toisen rinnakkaisen vetouistelucupin. Uusi kilpailusarja alkaa kesällä 2013 ja on nimeltään Lakkapää-Cup.

Aktiivisten ja menestyvien kilpakalastajien käytäntöihin liittyy varsinaisen kilpailun ohella usein harjoittelua kisa-alueen vesistöissä ennen varsinaista kisa. Cup-kisan etäisyys harrastajan kodista voi edellyttää yöpymistä matkailukohhteessa. Cup-kilpailuun liittyvässä kalastusmatkassa korostuu vetovoimatekijänä ennen kaikkea itse kilpailutapahtuma (ks. Järviluoma 1994) ja työntövoimatekijät, sosiopsykologiset motiivit, jotka saavat henkilön tai ryhmän lähtemään matkalle.

Kalastuskilpailut ovat järjestettyjä tapahtumia, joissa joukko harrastajia kalastaa kannustimien – palkintojen, voiton tai julkisen huomion – vuoksi, kalan saannin ohella (Schramm et al. 1991, 4). Kilpailijat ovat kulttuurihistorioitsija Johan Huizingan (1984) mukaisia *leikkiviä ihmisiä* (homo ludens), jotka arvostavat leikin erityispiirteitä, kuten jännitystä, sattumaa, leikin taitoja ja sosiaalisuutta. Kilpailun perusajatuksena on kisa ”jostakin”. Sen tuloksena on mahdollista saavuttaa kunniaa, arvonantoa ja mainetta. Se on aina samalla kilpailua ”jossakin”, ”jonkin puolesta” tai ”jonkun kanssa” (mt. 1984). Cailloisin (2001, 17) mukaan kilpaileminen, *agôn*, saa legitiimimmän oikeutuksensa kilpahenkisissä peleissä tai urheilussa, joissa on mahdollisuus kyvykkyyden osoitukseen ja urotekoihin (esimerkiksi kalastus ja metsästys). Kalastuskilpailuissa kisaajat ottavat osaa loppumattomaan ja laajan kilpailuun hyödyntäen voimavaroja, taitoja, lihaksia sekä älykkyyttään – toisiaan suoranaisesti uhmaamatta. Kalakilpailu onkin hyvä esimerkki *agônista*. Kisailijat jakavat yleisymmärryksen kilpailun merkityksestä.

Kalastuskilpailu on *määrämuotoinen, säännöillä säädelty ja ylläpidetty leikki*, johon kietoutuu onnen, epävarmuuden, jännityksen, yhteistyön ja jopa huijauksen elementtejä (Caillois 2001; Gherardi 2011; Schatzki 2001; 2005). Virallinen instanssi, Lappi-Cup-toimikunta, määrittää vuosittaisen osakilpailujen lukumäärän. Kalastuskilpailukokonaisuutta ohjaavat puolestaan niin kutsutut runkosäännöt. Runkosäännöt määrittävät kaikkia osa-kilpailuja koskettavia normeja, kuten sijoituksista saatavia pistemääriä, oikaisupyynnöntenettelytapoja ja erimielisyyksien ratkaisutapoja tai kokonaistuloksen määrittelyä. Runkosäännöt ilmoittavat myös kaikkia osakisoja koskettavista kielloista, kuten elävän syötin käyttämisestä tai saaliin pituuden väkivaltaisesta muuttamisesta. Yksittäisen osakilpailun järjestäjillä on puolestaan oikeus määrittää kisakohtainen kilpailuaika,

sallitut pyyntivälineet ja pyyntitavat, kisakalat ja niiden määrämitat. Kisajärjestäjillä on kisan aikana oikeus tarkistaa osanottajien varusteita ja veneitä sekä sulkea vilppiä tai muita sääntöjä tahallisesti rikkoneita kilpailijoita pois osakilpailusta. Runkosäännöt ja kilpailukohtaiset säännöt muodostavat ne puitteet, jonka sisällä veljeskunnan jäsenet voivat toiminnallisesti luovia. Virallisten sääntöjen ohella kilpailukäytännön toteutusta ohjaavat kirjoittamattomat säännöt, *jalokalastajan käyttäytymisvaatimukset*, veljeskunnan jakamat näkemykset arvokkaista, oikeista ja hyväksytyistä toimintatavoista (Markuksela 2009). Esimerkkinä on harrastuksen sosiaalinen ja yhteisöllinen toimintatapa, johon sisältyy toisten ihmisten sekä ympäristön huomioon ottaminen ja kunnioittaminen, vuorovaikutukseen ja asenteisiin liittyvä avoimuus sekä seurallisuus. Käytännön säännönmukaisuudet organisoivat kilpailukäytäntöä. Säännöt auttavat kilpailuun osallistuvia suoriutumaan toiminnasta asettamalla tiettyjä yhdenmukaisuuden vaateita.

Urheilukalastajille kilpailut ovat kalastusharrastajien ”kokoontumisajoja”. Kilpailut ovat paikkoja, joissa harrastajat voivat osoittaa ”merkityksellisille toisille” aktiviteettiin liittyvää osaamistaan yhdistämällä, työstämällä ja harjoittamalla uusia harrastuskäytäntöjä – kilpailuissa opitaan ja luodaan harrastuskulttuuria. (Markuksela 2009.) Kilpaileville moottorivetouistelijoille on kunnia-asia kyetä toimimaan ja kamppailemaan toisten taitavien moottorivetouistelijoiden kanssa: eri kilpailuissa, eri vesistömuodoissa ja eri tilannekohtaisissa olosuhteissa. Voittoisatkin vetouistelijat eivät Pohjoismaissa kuitenkaan elätä itseään saamallaan materiaalisilla palkinnoilla, he ovat vielä harrastajia – tosin asiantuntevia sellaisia.

3. Yhteisö kulutustutkimuksessa

Vuosien 1988–2010 ajalta tekemäni kirjallisuuskatsaus yhteisö-käsitteeseen tuo julki yhteisökeskustelun runsauden ja merkittävyyden. Kirjallisuuskatsaukseen kohteena on ennen kaikkea kulttuurisesti suuntautuneet julkaisut kulutustutkimuksen ja markkinoinnin akateemisissa aikakausjulkaisuissa: *Advances in Consumer Research*; *Culture, Markets and Consumption*; *European Journal of Marketing*; *International Journal of Consumer Research*; *Journal of Consumer Culture*; *Journal of Marketing*; *Journal of Material Culture*; *Journal of Research in Marketing*; *Research in Consumer Behavior*.

Kirjallisuuskatsauksessa nousee esiin neljä yleistä yhteisö-käsitettä, jotka ovat sekä syntyajaltaan että merkityksiltään hyvin läheisiä keskenään: 1) **kulutuksen alakulttuuri** (mm. Kates 2002; Kozinets 1997; Schouten & McAlexander 1995) **virtuaaliyhteisö** (mm. Armstrong & Hagel 1996; Cova 1997; Fischer & Bristor & Gainer 1996; Kozinets 1999, 2002a;b), 3) **uusheimolaisuus** (mm. Cova 1997, Cova & Cova 2001, 2002) ja 4) **brändiyhteisö** (mm. Algesheimer & Dholakia & Herrmann 2005; Cova & Pace 2006; McAlexander & Schouten & Koenig 2002; Muñoz & O'Guinn 2001). Kirjallisuuskatsauksen aluksi käyn läpi kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisökeskustelua edeltänyttä ja siihen vaikuttanutta yhteiskuntatieteellistä yhteisökeskustelua. Sen jälkeen käyn läpi neljä esiin noussutta yhteisö-käsitettä. Lopuksi pohdin väitöstutkimukseni kohteena olevaa yhteisöllisyyden muotoa ja sen asemoitumista identifioimaani neljään kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisökäsitteeseen.

3.1 Yhteiskuntatieteellinen yhteisökeskustelu

Yhteisö on yksi olennaisimmista, monimutkaisimmista ja kiistellyimmistä käsitteistä läntisessä yhteiskuntatieteellisessä ajattelussa (Kozinets 2002a, 21; Muñoz & O'Guinn 2001, 412). Yhteisö käsitteeseen viitataan yleensä neljän ulottuvuuden kautta (Savage & Warde 1993; Urry 1995): maantieteelliset ja fyysiset rajat, yhteisöllisyyden tunne, sosiaalinen kanssakäynti sekä yhteisön ideologiset ymmärrykset.

Perinteisesti yhteisöjä on tutkittu etenkin antropologian ja sosiologian näkökulmista. Erityisesti saksalaisen sosiologin Ferdinand Tönniesin vuonna 1887 esittelemä klassinen käsitepari ”*Gemeinschaft*” ja ”*Gesellschaft*” ovat ohjanneet perinteistä yhteisöajattelua ja sen näkemystä yhteisön ideaalitilasta (Loomis 1974

ix-xii; Töttö 1996, 155). "Gesellschaft" voidaan ymmärtää yhteiskunnaksi, yhdistykseksi, yhtiöksi tai markkinoiksi (Kozinets 2002a, 21–22; Veijola 2005, 95). Tällainen yhteiskunnallinen organisoituminen on ennen kaikkea väline jonkin päämäärän tavoittamiseksi (Töttö 1996, 154). "Gemeinschaft" on puolestaan paikallisuuden, henkilökohtaisten suhteiden ja tunteiden leimaama sosiologinen yksikkö (Veijola 2005, 95) – luonnollinen tila, jossa sisäpiiriläiset huolehtivat toisistaan.

Ranskalaisen sosiologi ja antropologi Emile Durkheim on todennut, että yhteisö kietoutuu monitahoisesti ihmisen sosiaaliseen perusolemukseseen. Ihminen on tämän käsityksen mukaan olemukseltaan yhteisöllinen, perin riippuvainen laumastaan ja onneton joutuessaan siitä eroon. Tiivis yhteisö on siten jäsenilleen itsessään arvokas ja itsestään selvä osa jokapäiväistä elämää. (Mäyrä 2002.) Tiiviin, "Gemeinschaft" tyyppisen yhteisön kriteerejä on listattu seuraavasti (Brint 2001, 3): tiiviit ja vaativat sosiaaliset siteet, vakiintunut ja hyväksytty asema jäseniensä arjessa, rituaalisia yhteisön jakamia tapahtumia, suhteellisen pienen ryhmäkoko, jäsenet kokevat samanlaisuutta (esim. historia, elämäntyyli, sama ilmaisutyyli, ulkonäkö) sekä jaettu moraalinen tai uskomusjärjestys.

Skotlantilainen antropologi Victor Turner muotoili uudelleen vuonna 1969 Tönniesin "Gemeinschaft"-käsitettä sopimaan paremmin 1960-luvun englantilaiseen vastakulttuuriin ja ajanjakson erilaisiin heimoihin (Gelder 2005, 10). Hän esitti "Communitas"-käsitteen; määrittelen sen anti-rakenteeksi, joka on poliittisiin, oikeudellisiin ja taloudellisiin asemiin perustuvan sosiaalisen rakenteen vastakohta (Turner 2007, 107–110). "Communitas" vapauttaa jäsenensä siten heidän normaaleista rooleistaan ja yhteiskunnallisesta asemastaan, kytkien heitä käsityskyvyn ylittävään – transsendenttiin – toverilliseen tasa-arvoisuuteen (Turner 2007). Se ilmenee tavanomaisesti kahden eri statuksen, yhteiskunnallisen ja yhteisöllisen, välisissä liminaalisissa siirtymäriiteissä, jotka yleensä liittyvät henkilön sosiaalisen aseman kohoamiseen. Riitin kohteena olevat henkilöt irrottautuvat vanhasta sosiaalisesta asemastaan ja normaaleista kulttuurisista olosuhteista. (Gelder 2005.) Turner esitti kritiikkiä Tönniesin ohella Durkheimin ajatuksia kohtaan, mutta hän jakoi kuitenkin durkheimilaisen perinteen (esimerkiksi Marcel Mauss, Roger Caillois) uskonnollisten rituaalien tärkeydestä ja olennaisuudesta (Gelder 2005; Turner 2007). Rituaalien avulla muodostetaan sosiaalista järjestystä sekä yhteisöllisyyden tunnetta – yhteisön henkistä perustaa.

Viime vuosisadan yhteisökeskustelu on pohtinut erityisesti yhteisön elinkelpoisuutta ja kohtaloa modernissa yhteiskunnassa, markkinataloudessa, sekä kulutusyhteiskunnassa (mm. Cova & Cova 2002; Firat & Venkatesh 1995). Esimerkiksi Tönniesin (1974, 37–103) käsiteparin perusajatus oli se, että luonnollisten ja aitojen yhteisöjen olemassaoloa uhkasi kehitys kohti sopimus pohjaista, individualistista ja rationaalista modernia yhteiskuntaa. Yhteisölliset suhteet väistyivät yhteiskunnallisten suhteiden tieltä. Esitetty yhteisön särkyminen – yhteisöllisyyden häviäminen – tunkeutui ja tarttui yhteiskunnalliseen ajatteluun. Siitä muodostui metanarratiivi (Muñiz ja O'Guinn 2001), tarina tarinasta, jossa kulu-

tuksella on keskeinen rooli. Yleisesti kulutuksen ja kaupallisuuden nähtiin olevan pahantekijä, joka korostaa yksilöllisen kuluttajan asemaa ja hänen materialistisia mieltymyksiä. Muodostuneen individualismin nähtiin johtavan yksilöiden irtautumiseen perinteisistä yhteisöistään. Kuluttaminen oli siten pala yhteisöllisyyden häviämisen palapelissä.

Heritagen (1996) mukaan 1990-luvun puolivälistä lähtien yhteisötutkimus on muuttunut huomattavasti; kiitos Garfinkelin etnometodologian ja pragmatistisen filosofian sekä Goffmaniin nojautuvan interaktionistisen sosiologian. Nämä lähestymistavat auttoivat ymmärtämään vuorovaikutuksen ja ihmisten välisen kommunikaation sekä makro- ja mikrorakenteiden merkityksellisyyttä yhteisössä. (Heritage 1996.) Yhteiskunnalliseen keskusteluun virisi näkemys siitä, että kulutus ja kaupallisuus ovat toki muuttaneet yhteisöllisyyttä, mutta kaikki muutokset eivät ole välttämättä haitallisia ja tuhoavia – kulutuksen ja yhteisöllisyyden suhdetta olisi siten tarkasteltava laajemmin.

Uraauurtavan käsitteen kulutusyhteisöstä on esittänyt amerikkalainen historioitsija Boorstin (1974). Hän (mt. 1974, 148) viittasi tällä käsitteellä uusiin näkymättömiin yhteisöihin (vrt. Anderson 1983), jotka syntyivät ja säilyivät sen mukaan, mitä ja miten, ihmiset kuluttivat. Kulutusyhteisön käsitteellä Boorstin korosti kulutuskulttuurin kehittymistä, joka osaltaan johti maantieteellisten rajojen mukaan syntyneiden kollektiivien korvautumiseen tuotteiden, palveluiden ja tuotemerkkien ympärille muodostuneilla yhteisöillä. Boorstinin käsityksen mukaan kulutusyhteisö oli luonteeltaan löyhä, sen jäsenet olivat sidoksissa toisiinsa vain ohuilla sidoksilla, jotka ovat muodostuneet kulutettujen tai käytettyjen hyödykkeiden kautta (vrt. Cova 1997; Cova et al. 2007).

Runsaat kaksikymmentä vuotta sitten yhteisökeskustelu avautui laajemmin myös kulutus- ja markkinointitutkimuksen piirissä. Aluksi kulutustutkimuskirjallisuudessa yhteisö-käsite määriteltiin turnerilais-durkheimilaiseen muotoon, painottaen pysyväloueista sosiaalista vuorovaikutusta sekä ”communitas”- käsitteen mukaista yhteisöllisyyden tunnetta. Aloittavina puheenvuoroina voitaneen pitää Russel Belkin (1988) sekä Belkin ja kollegoiden (1989; ks. myös Belk & Costa 1998) artikkeleita. Belkin (1988) laajennetun itsen – käsitettä (extended self) koskettavassa artikkelissa yhteisönäkökulma on nimellinen. Belkin ja kollegoiden (1989, 7) riittien ja pyhän roolia kulutustutkimuksessa koskevassa artikkelissa on selkeä yhteys turnerilaiseen yhteisöllisyyden tuntuun ja durkheimilaiseen ylimaalliseen jaettuun iloon sekä Csíkszentmihályin (1975) jaettuun ”flow”- kokemukseen. Näihin nojautuvissa seuraavissa kulutustutkimuksissa tarkasteltiin yhteisöllisyyden muodostumista esimerkiksi kauneusidentiteetin uudelleenrakentamisen rituaalien kautta (Schouten 1991ab); taianomaisen kulutuskokemuksen rakentumisen kautta (Arnould & Price 1993) sekä riskialttiiseen vapaa-ajanharrastukseen osallistumisen kautta (Celsi & Rose & Leigh 1993). Näissä tutkimuksissa kuluttamista tarkastellaan pitkälti psykologisena ilmiönä fenomenologisesta näkökulmasta, jolloin korostuvat kulutuksen yhteydessä esiin

nousevien tunnetilojen merkitykset. Menetelmällisesti tutkimuksissa sovellettiin etnografisesti suuntautuneita lähestymistapoja.

”Communitas”- käsitteeseen liittyy kriittisiä puheenvuoroja. Esimerkiksi Gelder (2005, 10) sekä Thompson ja Holt (1996, 204) kritisoivat turnerilais-durkheimilaista yhteisöllisyysnäkemystä. Gelderin (2005) mielestä ”communitas”- käsitteeseen liittyvä yltiöromanttinen näkökulma vähentää sen toimivuutta nykypäivän yhteisöjen tarkastelussa. Niin ikään Thompson ja Holt (1996) näkevät ”communitas”- käsitteen olevan sopimaton postmoderniin ajanjaksoon liittyvien kulttuurillisten muutoksien tarkastelun asettamiin haasteisiin. Myöhemmissä kulutustutkimuksissa ja markkinoinnin tutkimuksissa ei ole sovellettu ”communitas”- yhteisökäsitteen muotoa sellaisenaan, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (ks. McGinnis & Gentry & Gao 2008; Tambyah 1996). Kulutustutkimuksen ja markkinoinnin akateemisten artikkelien vähäisestä määrästä huolimatta luen ”communitas”- käsitteen olevan osa kulutustutkimuksen laajempien yhteisökeskustelujen syntymässä.

Runsaan vuosikymmenen ajan postmoderni kulttuurinen näkemys (Cova & Pace 2006; Moisander & Valtonen 2006) on sävyttänyt yhteisöllisyysajattelua. Tönniesin mukainen massatuotannon hallitsema moderni yhteiskunta ja individualismin tavoittelu jätti ihmiset sosiaaliseen tyhjiöön, mitä uudentyyppiset yhteisöt nousivat täyttämään (Cova & Cova 2002). Nämä postmodernit yhteisöt ovat nousseet mielenkiinnon kohteeksi kulutuskulttuurin tutkimuksissa, esimerkiksi osassa kulutuskulttuuriteorian (Consumer Culture Theory, CCT) tutkimusvirrassa. Tämän tutkimussuunnan edustajat myöntävät auliisti kulutuksen merkityksen, mutta korostavat anti-individualistista näkökulmaa sekä kulttuurin ja markkinapaikan kulttuurisen kontekstin tärkeyttä (ks. myös Moisander & Valtonen 2005; 2006).

Kuluttamisen, tuotteiden tai brändien ympärille muodostuvat yhteisöt ovat noutaneet esiin yhteisöllisen kuluttamisen käsitteen (*communal consumption*) (Prykop & Heitmann 2006). Tällaisista samankaltaisten kulutustottumuksien ympärille muodostuneista yhteisöistä käytetään tänä päivänä boorstinilaisen kulutusyhteisön sijaan ennemmin termiä *kulutukseen perustuva yhteisö* (consumption-based communities, Firat & Dholakia 1998; Muñiz & O’Guinn 2001), jossa kulutus voi olla individualistisesti vapauttava tekijä ja se voi muodostaa myös perustan ihmisten kanssakäymiseen sekä sosiaaliseen yhdessäoloon. Tämä sosiaalisuutta ja markkinapaikan kulttuurillisen merkitystä painottava kulutustutkimuksen näkemys nojaa pitkälti yhteiskuntatieteelliseen tutkimusperinteisiin kuten postmodernismiin (mm. Cova 1997; Firat & Dholakia 2006; Firat & Venkatesh 1995), sosiologiaan (mm. Giesler & Pohlmann 2002; Holt 2002), sosio-antropologiaan (Schouten & McAlexander 1995) tai näiden välimaastoon orientoituvaan kulutustutkimukseen (mm. Kozinets 1997; 2001; Muñiz & O’Guinn 2001; Muñiz & Schau 2005). Näitä vaikutteita kantava yhteisöllisyysnäkemys on myöhemmin levinnyt myös perinteisempään markkinoinnin tutkimukseen (Algesheimer et al.

2005; Andersen 2005; Bagozzi & Dholakia 2006; McAlexander et al. 2002; Piller et al. 2005). Seuraavaksi käsittelen lähemmin neljää kulutustutkimuksen ja markkinoinnin kirjallisuudesta esiintyvää kulutukseen perustuvaa yhteisöä.

3.2 Yhteisö kulutustutkimuksen keskusteluissa

3.2.1 Kulutuksen alakulttuuri

Ensimmäisenä kulutustutkimuksen yleisenä yhteisökäsitteenä voidaan pitää Schoutenin ja McAlexanderin (1995) esittämää *kulutuksen alakulttuuria*, joka pohjautuu etnografiseen kenttätööhön Harley Davidson motoristiharrastajien keskuudessa. Celsi kollegoineen (1993) käyttää kulutustutkimuksen yhteydessä alakulttuuri termiä jo aiemmin, mutta yhteisönäkökulmasta heidän keskustelunsa liittyy ennen kaikkea ”communitas”- näkemykseen. Schoutenin ja McAlexanderin (1995) määritelmän mukaan kulutuksen alakulttuuri on omaleimainen yhteiskunnan alaryhmä, jonka jäsenyyden valinneet jakavat sitoumuksen tiettyyn tuoteryhmään, tuotemerkkiin tai kulutustoimintoon. Heidän (mt. 1995) tutkimuksen tarkoituksena on selvittää määrätyn kulutuksen alakulttuurin rakennetta ja dynamiikkaa sekä sen jäsenten identiteetin muokkausta tai uusintamista. Schoutenin ja McAlexanderin (1995) mukaan he onnistuvat todentamaan omaperäisen, homogeenisen ja kestävän yhteisömuodon, jolle on ominaista ainutlaatuinen eetos tai joukko jaettuja uskomuksia ja arvoja sekä omat puhetapansa ja uskonnollisävytteiset rituaalinsa. Ehkä tärkein ominaispiirre kulutuksen alakulttuurissa on kuitenkin ryhmän tunnistettava hierarkkinen rakenne. Niin kutsutut yhteisön piintyneet ja vihkiytyneet (hardcore) jäsenet, ovat arvojärjestelmän yläpäässä. He ovat äärimmäisen sitoutuneita alakulttuuriin ja ovat toiminnallaan osoittaneet ja ansainneet asemansa (mt. 1995). Schoutenin ja McAlexanderin (1995) mukaan vihkiytyneet jäsenet toimivat merkityksien välittäjinä ja mielipidejohtajina noviiseille. Kirjoittajat pitävät vasta-alkaneiden kokelaiden kehityskulkua vasta-alkajasta arvojärjestelmän yläpäähän kokemuksellisenä ja symbolisena identiteetin muodonmuutoksena.

Kulutustutkimuksen ohella Schouten ja McAlexander (1995) tukeutuvat sosiologian sekä antropologian kirjallisuuteen etsiessään sosiologisen alakulttuurikäsitteen ja kulutuksen yhteenliittymiä. He (mt. 1995, 23) nojaavat näkemykseen siitä, että alakulttuurit muodostavat tiettyihin tuotteisiin ja aktiviteetteihin merkityksiä, joilla voidaan ilmentää ainutlaatuista, mutta kulttuurillisesti yhtenevää tyyliä ja kulutuksen ideologiaa (Hebdige 1979; Schwendinger & Schwendinger 1985). Alakulttuurin tyyli voi levitä myös laajemmin yhteiskuntaan ja sitä voidaan jopa imitoida kaupallisessa massatuotannossa (Fox 1987; Klein 1986; 1993; McCracken 1986). Jotkin alakulttuurit ovat kyllin voimaantuneita ylittämään maantieteellisiä rajoja (Stratton 1997), mutta myös demografisia (Schou-

ten & McAlexander 1993) ja etnisiä (Fox 1987) rajoja sekä luokkarajoja (Harris & Johnson 2000).

Tutkimuksen keskiössä on kuitenkin yksilö, joka nähdään emotionaalisesti ja tavoitehakisesti ohjautuneena. Yksilö on tässä tapauksessa uuden tai muokatun identiteetin löytöretkellä. Tällöin Schoutenin ja McAlexanderin (1995) mukaan korostuvat erilaiset rituaalit ja symboliset ilmaisut, jotka rakentavat belkiläisittäin (1988) kuluttajan identiteettiä ja myös viestivät siitä. Näin tutkimuksesta voidaan löytää myös tulkinnalliseen tutkimukseen lukeutuvaa symbolista interaktionismia. Tulkinnallisen tutkimuksen episteemisten ominaispiirteiden mukaisesti (Shwandt 2003) Schouten ja McAlexander (1995) kertovat artikkelissaan suhteensa ilmiöön olleen tunnesiteiltään ja lähtökohdiltaan neutraali tai tietämätön. He kertovat myös pyrkimyksistään olla koko etnografisen tutkimusprosessin ajan tieteellisesti objektiivisia (mt. 1995).

Schoutenin ja McAlexanderin (1995) luomaan kulutuksen alakulttuurikäsitteeseen on kohdistunut kritiikkiä. Esimerkiksi Holt (1997, 346), Kates (2002, 383) ja Kozinets (2001, 68) arvostelevat Schoutenin ja McAlexanderin näkemystä brändin tai kulutuksen sitoutuneen yhteisön ylenpalttisesta homogeenisyydestä sekä kulutuksen yksilöllisyyden luonteen korostamisesta ja sosiaalisen yhteisön roolin väheksymisestä (Holt 1997, 346). Edellisten ohella kritiikki kulutuksen alakulttuurin käsitettä kohtaan kulminoituu kuitenkin sen suhteeseen sosiologisen kulttuurintutkimuksen alakulttuuri-käsitteen kanssa.

Perinteisesti sosiologisesti orientoitunut kulttuurintutkimus ymmärtää alakulttuurin tunnusomaisten merkityksien, tyylien, ulkonäön ja elämäntyylin muodostelmana, joka erottaa jäsenet muusta laajemmasta sosioekonomisesta yhteisöstä (Thornton 1997, 1). Tähän käsitykseen liittyy myös alisteinen vivahde. Jo sen etuliite ”ala” (sub) tarjoaa miellelyhtymän alempi- tai toisarvoiseen, joka näkyy myös sosiologisen tutkimusperinteen perusoletuksena yhteisön tilasta (de Burgh-Woodman & Brace-Govan 2007; Thornton 1997). Esimerkiksi Durkheim näki alakulttuurit sairaalloisina ja terveelle yhteiskunnalle ongelmallisena ja epämieluisana (Koivumäki 2008). Perinteiseen alakulttuuriin liitetäänkin aliarvoisen, poikkeavan, uhkaavan ja pahaenteisen leima (De Burgh-Woodman & Brace-Govan 2007, 196).

Ilmeisistä eroavaisuuksista huolimatta Schouten ja McAlexander (1995, 412) asemoivat oman käsitteensä muiden arvostettujen alakulttuuritutkimusten joukkoon (ks. myös Kozinets 2001, 68). Yksi tällainen eroavaisuus on vastarinta valitsevaa yhteiskunnallista valtavirtaa, vaikkapa kulutusta, kohtaan. Sosiologisen näkemyksen mukainen alakulttuuri on rajoittunut todellisuuspakoinen vastakulttuurinen yhteisö, se sulkee ja erottautuu valtavirrasta sekä sen normeista (Hebdige 1979). Yhteisön toiminta on sosiaalisesti suuntautunut, mutta sosiaalinen dynamiikka rakentuu kokemuspohjaisuuteen. Alakulttuurille kulttuuriin liittyvä toiminta on tärkeintä. Toiminta ei edellytä kuitenkaan yhteyttä tuotteisiin. Alakulttuuriyhteisöt kykenevät elämään siten kaupallisuuden ulkopuolella (De

Burgh-Woodman & Brace-Govan, 2007, 201.) Tämä ei tarkoita kuitenkaan sitä, etteivät alakulttuurin jäsenet kuluta. Tällaisen yhteisön fokuoitunutta kuluttamista eivät säätele kuitenkaan tuotteen elementit, vaan alakulttuurin elämäntapa ja jäsenten henkilökohtaiset ominaisuudet.

Kulutuksen alakulttuuriset yhteisöt voivat olla valtaväestöstä erottuvia, mutta ne eivät usein kannan perinteiseen alakulttuureihin liitettyä stigmaa, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (ks. Kates 2002; Kozinets 2001). Thompsonin ja Troesterin (2002, 553) mukaan kulutuksen alakulttuuri onkin erilainen sosiaalinen ilmiö kuin alakulttuuri. Kulutuksen alakulttuuri ei välttämättä poikkea valtaväestön sosioekonomisesta asemasta tai liity jäsenen asemaan yhteiskunnassa. Kulutuksen alakulttuuriyhteisöt toimivat valtaväestön sääntöjen mukaan, ne eivät ui yhteiskuntaan nähdessä vastavirtaan. Pääasiallisin yhteisöllisyyttä ylläpitävä tekijä on yleensä jaettu vapaa-ajan kiinnostuksen kohde ja siihen liittyvät kulutuskokemukset. Yhteisöön pääsy ja siitä poistuminen on siten vähemmän rajoittunutta. (Mt. 2002.)

Kulutustutkimuksessa ja markkinoinnissa tapana oleva taipumus tarkastella alakulttuureita kuluttamisen näkökulmasta voi jättää huomioimatta historiallisen, kulttuuristen ja diskursiivisten tekijöiden muutosvoimaa. Alakulttuuri käsitettä on myös käytetty liian laveasti. Tutkijoiden tuleekin miettiä, minkälainen yhteisö voidaan nimetä alakulttuuriksi ja myöntää sille sen asemaa (Kozinets 2001; Thompson & Troester 2002). Jälkistrukturalistisesti sävyttyneessä kulutustutkimuksessa onkin esitetty alakulttuurin tilalle vaihtoehtoisia termejä, kuten mikrokulttuuri (mm. Thompson & Troester 2002) ja kulutuksen kulttuuri (Kozinets 2001), jotka ovat vapaita alakulttuurikäsitteeseen liittyvistä miellejohdoista. Niin ikään nämä termit kiistävät kulttuurin pysyvyyden, muuttumattomuuden ja lokeromaisuuden, piirteet jotka liitetään usein alakulttuuriin.

Muñizin ja O'Guinnin (2001, 414) mukaan Schoutenin ja McAlexanderin (1995) tutkimus on kuitenkin puutteineenkin ansioitunut, koska se tuottaa perustavanlaatuista tietoa yhteisöllisestä kulutuksesta, jossa yhteisön keskiössä on massatuotettava tuotemerkki ja jäsenien yhteydet toisiinsa on muutoin vähäisiä. Kulutustutkimuksen ja markkinoinnin tutkimuksen parissa onkin tarkasteltu monenlaisia kuluttamiseen liittyviä alakulttuureja ja niiden erilaisia painotuksia kuten: viihteen kulutuskäytäntöjen luonne (Kozinets 1997), homoseksuaalisen elämäntyylin tilat (Haslop & Hill & Schmidt 1998), tatuointien symbolinen renessanssi (Velliguette & Murray & Creyer 1998), homoseksuaalisen kuluttamisen moninaisuus (Kates 2002), mainonnan vaikutukset alakulttuuriseen tietoon (Brumbaugh 2002), etnisen väestöryhmän monikulttuurisuus (Peñaloza 2004), tatuoinnin kaupallistamisen vastustaminen (Bengtsson & Osterberg & Kjeldgaard 2005), aitouden etsintä (Leigh & Peters & Shelton 2006), moottoripyöräily ja sukupuoli (Martin & Schouten & ja McAlexander 2006); yksilöiden arvojen rooli riskialttiiseen urheiluun osallistumisessa (Beverland & Farely & Quester 2006), median ja alakulttuurin väliset suhteet (Chalmers & Arthur 2008), kulutuksen alakulttuurin ja brändiyhteisön eroavaisuus (De Burgh-Woodman &

Brace-Govan, 2007), piintyneesti vihkiintyneiden jäsenten identiteetin muodostuminen (Chalmers & Arthur 2008), epätavallisen kulutustapahtumakokemuksen laukaisevat tekijät (Allen & Massiah & Cascio & Johnson 2008) ja sukupuoli-identiteetin muodostuminen ilmaiseminen (Goulding & Saren 2009). Tutkimuksien tarkoituksena on ennen kaikkea tutkia alakulttuurin kulttuuria; esimerkiksi miten yhteisöt tuottavat erottelujen järjestelmää rakentamalla sukupuolista identiteettiä (Goulding & Saren 2009; Schouten & McAlexander 1995; Martin et al. 2006) tai miten arvotetaan yhteisöä (Richardson & Turley 2006). Tutkimukset tavoittelevat ymmärrystä myös siitä, kuinka yksittäisten jäsenten (Chalmers & Arthur 2008), mutta myös yhteisön habitus muodostuu sisäistämällä kulttuuria (Celsi et al. 1993; Leigh et al. 2006) ja tekemällä kulttuurillisia jaotteluja esimerkiksi kulutuksen suhteen (Bengtsson et al. 2005; Kates 2002) tai erottautumalla muista (Goulding & Saren 2009; Kates 2002; Quester et al. 2006).

Menetelmällisesti tutkimukset ovat toteutettu kulttuurintutkimuksellisen etnografian eri muodoissa (perinteinen etnografia, netnografia, videografia) tai etnografisesti suuntautuneen tutkimusmenetelmän keinoin. Niin ikään tulkinallinen symbolinen semiotiikka esiintyy tutkimusmetodina useissa kulutuksen alakulttuurin tutkimuksissa.

3.2.2 Virtuaaliyhteisö

Virtuaaliyhteisöön liittyy kiinteästi ajatus kyberavaruudesta (Benedikt 1991; Gibson 1984). Se on käytännössä ja varsinkin akateemisissa keskusteluissa muodostunut synonyymi Internetille ja World Wide Webille, vaikka näitä ei tulisiakaan täysin sekoittaa keskenään. Yleisesti kyberavaruudella viitataan paikkaan, jossa tietokonevälitteisessä verkossa itsessään olevat tilat, objektit sijaitsevat ja tapahtumat tapahtuvat. Tapahtumat eivät siten aktualisoidu niissä maissa joissa osallistujat tai palvelimet sijaitsevat, vaan kielikuvallisesti kyberavaruudessa. Se mahdollistaa simultaanin, rinnakkaisen ja vuorovaikutteisen tiedon vaihdon sekä osallistumisen. (Benedikt 1991; Gibson 1984; Shields 1996a.)

Kyberavaruudessa yksilöt liikkuvat itsenäisesti, mutta tämä ei tarkoita sitä, että he olisivat tilassa yksin tai yksinäisinä. He kerääntyvät yhteen, erilaisten teemojen ympärille muodostaen virtuaalisia ihmisryhmittymiä (ks. Wellman & Gulia 1999). Virtuaaliavaruuden verkostot voivat toimia median merkitykselliselle sosiaaliselle kanssakäymiselle. Verkostot tarjoavat mahdollisuuksia harjoittaa käytänteitä ja uskomuksia, jotka yhdistävät ihmisiä sosiaaliseen kanssakäyntiin ja luovat perustaa ryhmittymien, jopa virtuaaliyhteisöjen muodostumiselle (ks. Wellman 1997; Wellman & Gulia 1999).

Virtuaaliyhteisöt rakentuvat jäsentensä välisessä monisuuntaisessa ja usein kehottomassa vuorovaikutteisessa kommunikaatiossa, jossa konstruoidaan merkityksiä sekä yhteistä kulttuuria (Kang & Choi 1999). Siten virtuaalinen kommunikaatio voi olla paljon enemmän kuin vain informaation siirrantää. Eri

keskusteluissa näitä kyberavaruuden ryhmittymiä on kutsuttu eri nimityksin kuten: virtuaaliyhteisö (virtual community) (mm. Rheingold 1993), virtuaalinen ryhmä (virtual group) (Finholt & Sproull 1990) tai virtuaalinen verkosto (virtual network) (Wellman 1997), virtuaalikollektio (virtual collection) (Lutters & Ackerman 1997), kiinnostusyhteisö (community of interest) (Armstrong & Hagel 1996), virtuaaliheimo (virtual tribe) (Cova 1997; Kozinets 2009), virtuaalinen seura (virtual society) (Jones 1998), virtuaaliyleisö (virtual public) (Jones & Rafaeli 2000) ja online-yhteisö (online community) (Kozinets 2002b).

Näistä nimityksistä käytetyin on virtuaaliyhteisö, mutta tätäkään käsitettä käytävien tutkijoiden välillä ei vallitse konsensusta käsitteen määrittämisestä ja virtuaaliyhteisön tyypipiiristä (ks. Jones 1998; Komito 1998; Porter 2004). Tiivistäen, *virtuaaliyhteisö* nähdään olevan kyberavaruudessa kokoontuvien yksilöiden tai organisaatioiden edustajien keräytymä, jossa ihmiset ovat vuorovaikutuksessa, ainakin osittain tietokonevälitteisesti, keskenään. He kokoontuvat yhteen erilaisten yhteisten, joko vapaa-ajan tai ammatillisten mielenkiinnon kohteiden ympärille (Armstrong & Hagel 1996; Bagozzi & Dholakia 2002; Komito 1998; Kozinets 2001; Rheingold 1993), muodostamanaan ja ylläpitämään maantieteelliset rajoitukset ylittävää yhteisöä. Yhteisön jäsenten säännöllisessä sosiaalisessa kanssakäymisessä, käytänteissä ja kommunikaatiossa rakennetaan arvoja, merkityksiä sekä yhteistä kulttuuria. Virtuaaliyhteisön ominaispiirteitä ovat vapaa-ehtoisuus, yhteenkuuluvuuden tunne, yhteiset rituaalit ja traditiot sekä velvollisuuden tunne toisia jäseniä kohtaan (Bagozzi & Dholakia 2006).

Virtuaaliyhteisöllisyyden olemassaolon mielekkyydestä ja aitoudesta on käyty keskustelua. Nämä keskustelut ovat aiheutuneet pitkälti erilaisista näkemyksistä yhteisöllisyyden käsitteestä. Perinteisen yhteisöllisyyden kannattajien mukaan virtuaaliyhteisöt koostuvat löyhästi toisiinsa kytkeytyneistä yksilöistä, jotka eivät ole tavoitesitoutuneita, eivätkä omaa yhteisiä arvoja tai normeja (Komito 1998). Jäsenet eivät välttämättä myöskään koskaan kohtaa toisiaan. Virtuaaliyhteisön tärkeyttä jäsenilleen ei voida kuitenkaan kyseenalaistaa (Jones 1998). Yksilöt kokevat saavansa virtuaaliyhteisön jäsenyydessä mahdollisuuden vaihtaa tietoa ja saavuttaa tavoitteita (Armstrong & Hagel 1996), sosiaalista tukea (Wellman & Guilia 1999) sekä/tai ystävyyttä tai rakkautta (Rheingold 1993).

Perinteisesti yhteisöllisyyden määritelmät ovat keskittyneet pitkälti tilan tai paikan ympärille, jossa tutkijat havainnoivat, vierailevat, ovat ja josta he aikanaan lähtevät pois. Virtuaaliyhteisöllisyyden legitimeettiä kritisoivien mielestä virtuaalimaailmassa tällaista tilaa tai paikkaa ei ”todellisuudessa” ole olemassa. John Urryn (1985) mukaan tila ja aika ovat sosiaalisia konstruktioita, joiden olemassaolo riippuu mukanaolon ja poissaolon interaktiivisuudesta; tila ei ole siten konkreettinen asia, vaan se on yhtäältä joukko kulttuurillisesti sitoutuneita suhteita ja toisaalta se on empiirinen konstruktio. *Virtuaali* sanalla itsessään tarkoitetaan tietokonevälitteistä kanssakäymistä. Virtuaaliyhteisö sanassa se puolestaan merkitsee merkityksellistynyttä tilaa, eräänlaista kotia, ei kuitenkaan sen fyysisessä merkityksessä (Handy

1995). Virtuaaliavaruus on siten samanarvoinen fyysisen tilan kanssa (Benedikt 1991). Virtuaali- tai kyberavaruus voidaan nähdä samanaikaisesti sekä yksityisenä tilana että yleisenä, yhteisöllisenä tilana (Shields 1996a; Turkle 1995). Tällöin tilan jäsen on samanaikaisesti sekä virtuaaliavaruuden kansalainen että myös virtuaalikuluttaja, markkinoinnin kohde, jolla on sekä haluja että tarpeita (Venkatesh 1998).

Yli viime vuosikymmenen ajan laadullinen kuluttajatutkimus on laajentanut tutkimustoimintaansa koskettamaan erilaisia kyberavaruuden kulutusilmiöitä. Tutkimus on kohdistunut yksilöiden keräytymien ja tämän kiistellyn yhteisön erityispiirteiden analysointiin sekä tutkimusmenetelmien kehittämiseen. Esimerkiksi Turkle (1995) pohti virtuaaliyhteisötoimintaan uppoutumista ja Kozinets (1997) puolestaan tarkasteli netnografoissaan mediasarjojen faneja sekä McMellon kollegeoineen (1997) ikääntyneitä kyberavaruuden käyttäjiä. Lisäksi tutkimus on pohtinut jäsenten identiteetin ja yhteisön jäsenyyden kietoutuneita suhteita ja suhteiden luokittelua (Hemetsberger 2005; Mathwick et al. 2008). Virtuaaliyhteisöjen avulla on tutkittu myös kuluttamisen vastustamista kuluttaja-aktivismia ja boikotointia sekä vaihtoehtoisia kulutusideologioita (mm. Hemetsberger 2006; Kozinets & Handelman 1998)². Virtuaaliyhteisöjen on todettu myös tuottavan tärkeitä näkökulmia brändien tai laajemminkin yhteisöjen analysointiin (Muñiz & O'Guinn 2001). Lisäksi kuluttajia ja kuluttamista tutkivien tutkijoiden parissa on kehitetty joukko monimuotoisia tutkimusmetodeja virtuaaliyhteisöjen tarkastelemiseksi kuten esimerkiksi sosiokognitiivinen analyysi (Granitz & Ward 1996), sosiaalinen verkostanalyysi (Wellman & Gulia 1999), netnografinen metodi (Kozinets 1997; 1998; 2002b; 2009) ja netnografinen analyysi (Sherry & Kozinets 2000) sekä sosiopsykologinen analyysi (Bagozzi & Dholokia 2002). Kirjallisuuskatsaukseni perusteella naturalistisesti sävyttynyt netnografia erilaisiin analyysimuotoihin yhdistettynä on yleisimmin käytetty tutkimusmenetelmä.

Kulutustutkijat ovat osallistuneet myös verkkoyhteisökeskusteluun liikkeenjohdollisesti suuntautuneissa tieteen aikakauslehdissä³. Puhtaasti liikkeenjohdon ja liikkeenjohdollisen markkinoinnin koulukuntien edustajat ovat niin ikään osallistuneet aktiivisesti virtuaaliyhteisökeskusteluihin⁴ pyrkien korostamaan virtuaaliyhteisön johtamisen näkökulman tärkeyttä ja tapaustutkimuksien avulla tuottamaan liikkeenjohdolle työkaluja ja ohjenuoria kuluttajien monimuotoisuuden ymmärtämiseen. Virtuaaliyhteisöjen perusymmärryksen ja legitimitietin saavuttamisen jälkeen kulutustutkimuksessa on siirrytty tarkastelemaan virtuaalisissa

2. Katso myös Alon & Brunel 2006; Catterall & Maclaran 2002a; Chan & Li 2010; Fischer & Bristol & Gainer 1996; Graniz & Ward 1996; Hemetsberger 2005; 2006; Kozinets 1997; 1998; Kozinets & Handelman 1998; McMellon & Schiffman & Sherman 1997; Okleshen & Grossbart 1998; Pitta & Fowler 2005; Tambyah 1996.
3. Esimerkiksi: Bagozzi & Dholokia 2002; 2006; Catterall & Maclaran 2002b; Kozinets 1999; Kozinets & Hemetsberger & Schau 2008; Mathwick 2002; Simmons 2008; Szmigin & Reppel 2004.
4. Esimerkiksi: Gruen & Osmonbekov & Czaplowski 2005; Hagel & Armstrong 1997; Hagel & Singer 1999; McWilliam 2000; Sawhney & Prandelli 2000; Williams & Cothrel 2000.

tiloissa kohtaavia muita kulutustutkimuksen yleisiä yhteisöllisyyden muotoja, ennen kaikkea brändiyhteisöjä ja uusheimoja.

Virtuaaliyhteisöllisyyden markkinoinnin laaja-alaista tutkimusinspiraatiota selittänee osaltaan se, että sen on todettu muovaavan kuluttajien käyttäytymistä, kuten tiedonetsintää, implisiittisiä tai eksplisiittisiä kulutuksen käytäntöjä sekä kuluttajien yleistä arkea. Kuluttajilla on myös taipumus käydä keskusteluja erilaisista tuotteista tai brändeistä ja pyrkiä vaikuttamaan toisten kuluttajien preferensseihin tai ostokäyttäytymiseen (Kozinets 1999; 2002ab; 2006ab).

3.2.3 Uusheimo

Postmodernin ajattelun mukaan globalisaatio ja jälkiteollinen sosioekonominen muutos on rapauttanut merkittävästi yhteiskuntamme sosiaalisuuden perustaa. Sen katsotaan kannustavan radikaalin individualismiin ja henkilökohtaisen oma-peräisyyden saavuttamisen jahtiin sekä elämäntyylihalintoihin, jotka voivat johtaa yhteiskunnan jäsenten syrjäytymiseen. Tämän ajattelutavan mukaan näissä toiminnoissa kulutuksella on merkittävä rooli. Ranskalainen sosiologi Michel Maffesoli (1996; 2009) haastaa ajattelussaan tällaisen yksiselitteisyyden. Maffesolin (1996) mukaan postmodernin ajan yksilöllistyminen ei ole automaattisesti kielteistä itseensä käpertymistä. Yksilöllisiltä vaikuttavat tavat voivat itse asiassa heijastaa uudenlaista yhteisöllisyyttä (Maffesoli 2009). Yhteiskuntatieteellisessä kirjallisuudessa onkin vuosituhannen taitteen molemmin puolin esitetty näkemyksiä siitä, että postmoderni yhteiskunta on siirtynyt ääriyksilöllisyyden muodoista sosiaalisten suhteiden sielukkaaseen etsintään – matkaten kohti uudenlaista urbaania heimolaisuutta – uusheimoisuutta (Cova 1997; Cova et al. 2007; Cova & Pace 2006; Dholakia et al. 2004; Johnson & Ambrose 2006; Kozinets 2001; 2002ab; Maffesoli 1996; Thompson & Troester 2002).

Maffesoliin ja häneen nojautuvien uusheimolaistutkijoiden mukaan koemme hyperyksilöllisen kulutusyhteiskunnan uudelleenyhdistymistä, joskin pieniin sirpaloituneisiin ihmisten keräytymiin (Shields 1996ab). Tällaiset mikroryhmät ilmentävät yksilön kaipuuta yhteisöllisyyteen tämän päivän postmodernissa yhteiskunnassa (Maffesoli 1996, 69). Ihmiset asettavat tavoitteekseen löytää niitä, jotka tuntevat ja ajattelevat niin kuin he itse (McGhee-Cooper 2005). Tällaisen yhteyden omaavasta ihmisistä Maffesoli (1996, 19) puhuu nykyajan heimona. Se on yhteisö, joka jakaa samanlaiset sosiaaliset arvot ja ideaalit luoden samalla omanlaisensa tilan. Heimo sanaa Maffesoli (1996) perustelee arvojen, paikan ja tapojen sosiaalisella jakamisella. Tätä jakamista hän näkee tapahtuvan useiden sosiaalisten kokemusten ytimessä ja sen vuoksi heimo on Maffesolin mukaan hyvä termi kuvaamaan nyky-yhteiskunnan massasta erottuvia pieniä ryhmiä (mt. 1996). Heimo-sanan käytöllä yhteisö termin asemasta vältetään myös mahdollisia sekaannuksia, jotka liittyvät eri kulttuurien yhteisökäsitteen merkityseroavai- suuksiin (Cova & Cova 2002).

Uusheimolaisen näkemyksen mukaan heimojen nähdään olevan luonteeltaan epävakaita ja häilyviä. Ne kokoontuvat koolle satunnaisesti ja syntyneet hetkelliset keräytymät ovat hajautumisherkkiä (Maffesoli 1996, 76). Heimot ovat sosiaalisten suhdemuutosten leimaamia, ihmisten etsiessä yhteenkuuluvuuden tunnetta ja oikeaa tunnelmaa (McGhee-Cooper 2005). Heimopienryhmien jäsenet kuvailevat suhdettaan ympäröivään tilaan, muihin henkilöihin ja ympäristöön tunnelman kautta. Jäsenten katsotaan tavoittelevan määrätynlaisia tunnetiloja, hyvin usein etsinnän kohteena ovat jännittävät kokemukset. (Hetherington 1998.) Heimon olemassaolo ja sen kukoistavuus määräytyykin ilmiön kiinnostavuuden mukaan. Mikäli jäsenten mielenkiinto laantuu, yhteisö muuttuu tai jopa kuolee (Maffesoli 1996, 6). Heimot ovat yhteisöjä, jotka usein kokevat olemassaolonsa liittyvän ainoastaan toimintaan (mt. 1996). Toiminnassa tuodaan julki jäsenten symbolisia ja rituaalisia sitoumuksia sekä merkitysten uudentamista jaettujen kokemusten kautta.

Heimonäkemyksen kannattajien mielestä tämän päivän sosiaaliselle elämälle on leimallista useaan ryhmään kuuluminen, joiden suomat roolit tarjoavat yksilölle tilapäisiä ”henkilöllisyyksiä” (Shields 1996ab). Heimohenkilöllisyydet eivät ole pysyviä statuksia, vaan henkilö voi liikkua vapaasti heimosta toiseen (Cova 1997; Cova & Cova 2001, 2002; Cova & Kozinets & Shankar 2007). Itse asiassa uusheimonäkemyksen mukaan usean heimon jäsenyys on nykyihmisille välttämätöntä (Cova & Cova 2002). Tämä ominaispiirre erottaa uusheimot alakulttuurin käsitteestä (Brownlie & Hewer & Treanor 2007; Shankar & Elliot 1999).

Monet kulutuskulttuurin teoriaperinteen (CCT) yhteisönäkemykset pohjautuvat Maffesolin ajatuksiin tai ne omaavat osioita niistä (Arnould & Thopson 2005). Esimerkiksi Cova (1997, 300) nojautuu Maffesoliin uusheimolaisuuteen, ulottaen sitä kuitenkin enemmän kulutuksen aluepiiriin. Hän näkee kuluttajien muodostamien hetkellisten keräytymien ja osallistumisen sosiaalisiin rituaaleihin vastauksena nyky-yhteiskunnan potentiaalisesti vieraannuttaville ja eristäville olosuhteille. Cova ja Cova (2002) kuvailevat uusheimomaisten kuluttajaheimojen olevan näennäismuinaisia kollektioita, jonka jäsenet ovat sitoutumattomia fyysisiin tiloihin. Yhteen kerääntymisen ja rituaalien ilmaisun mahdollistavista tilapäisistä tiloista muodostuu kuitenkin eräänlaisia ankkuripaikkoja, joissa mahdollistuu kuluttajaheimojen jäsenten samastumisen tunnetilat. Samastumisen ohella uusheimolaiset ilmaisevat ankkuripaikoissa myös uskonnollisuutta, synkretismia sekä ryhmänarsismia. Kuluttajaheimon jäsenet ovat sosiodemografisesti heterogeenisiä ja tunteisiin tai intohimoihin perustuvia yhteisöjä. (Cova & Cova 2002.) Nämä eivät ole vain trendien määrittämiä nuorisoryhmittymiä, vaan ne voivat olla myös varttuneempien henkilöiden mielenkiinnon kohteita ja niiden ympärille muodostuneita heimoja (Cova 1997; Muñiz & O’Guinn 2001).

Kuluttajaheimot ovat pääasiallisesti käsitteellisiä kuvitteellisia yhteisöjä (Anderson 1983), joita pitää kiinni rituaaliset yhdyssiteet. Postmodernissa yhteiskunnassa imaginaariset ja mystiset kokemukset kuitenkin siirtyvät ”tuonpuoleisesta” yhä useammin arkielämään ja sen piiriin. Tällainen ”maallistuminen” ei

merkitse lumouksen häviämistä. Päinvastoin, se on merkki uuden vähäeleisen lumouksellisuuden tulemisesta, arkielämän estetiikasta (Dionisio et al. 2008). Arkielämän estetiikka ei representoi Homo economicuksen kaltaista tarkoituksenmukaisuutta. Rationaalisen ihmisen näkökulmasta turhanpäiväinen, silkka, yhteenkuuluvuuden eletty kokemus voi olla merkityksellisyyden lähde kuluttajaheimon jäsenille (Maffesoli 2007).

Maffesolin mukaan heimoissa olevat yksilöt pitävät kielikuvallisesti yllään naamioita, maskeja, jotka mahdollistavat tietyn sosiaalisen roolin esittämisen ja toisiin yksilöihin kytkeytymisen (Maffesoli 1996, 90–91). Heimomaskeihin liittyvät visuaaliset esitykset ja leikit ovat siten tapa näyttää, mihin heimoon tietyllä hetkellä kuuluu ja samalla keino erottautua toisista heimoista. Maffesolin (1996, 76–77) mukaan maski tekee symboliarvoilla kantajastaan julkisesti tai salaisesti ilmaistun tunneyhteisön jäsenen. Omaksumalla yhteisöllisyyden naamion yksilön on mahdollista avautua kollektiivisille aistimuksille ja affektiivisille kokemuksille (Featherstone 1991/2001; Maffesoli 2007) – esteettiselle tavalle tuntea yhtenäisyyttä. Yksilöt voivat näin tuoda myös subjektiivisia ja aistinvaraisia elementtejä miljööseen, joka voidaan muutoin mieltää objektiiviseksi, välineelliseksi ja persoonattomaksi (Maffesoli 2007).

Uusheimon jäsenet uhraavat osittain individuaalisuutensa kollektiivisen kuulumisen tunteen vuoksi. He tietävät kuitenkin sen, että kyseessä on vain väliaikainen ratkaisu – yhdestä maskista voi aina luopua vaihtaakseen toiseen. Kuluttaminen ja kulutusyhteiskunta liittyvät yhteisöllisiin maskeihin, sillä niiden tuottamiseen voivat liittyä erilaiset valmistavat kulutusteollisuuden ja kulttuuriteollisuuden haarat. Cova (1997) mukaan kulutuskäytännöt ovat merkittävä ryhmittymiä koossapitävä tekijä (ks. myös Cova et al. 2007), niiden voidaan nähdä olevan eräänlainen yhdistävä sosiaalinen liima (Patterson 1998). Kulutusheimot arvostavat löyhiä sosiaalisia yhteyksiä, joita voidaan muodostaa ja uudelleen muodostaa jaettujen sekä yhdistävien kulutuskokemusten kautta. Tällaiset uusheimot pysyvät yhdessä, juuri väliaikaisuudesta johtuen (Kozinets 2002b). Ohimenevyys asemoi kulutukseen perustavan heimolaisen tunneperäisen yhteisön jonnekin tönniesläiseen Gemeinschaftin ja Gesellsschaftin välimaastoon.

Cova (1997) käsittää kuluttajaheimojen sosiaalisten suhteiden muutoksen kiertokulkuna, jonka perustana on ihmisiä yhdistävä yhteys, sosiaalinen linkki. Hän (mt. 1997) tarkastelee sosiaalista linkkiä edelleen kuluttajaheimoilta tyypillisen tuotteen tai palvelun linkkiarvon (linking value) kautta. Uusheimolaisen ajattelun mukaan postmodernin yksilön kulutusta ei niinkään ohjaa tuotteiden tai palveluiden tarjoama suoranainen hyöty kuluttajalle. Sen sijaan heitä ohjaa niiden tarjoama mahdollisuus liittyä yhteen muiden kuluttajien kanssa.

Postmoderni kuluttaja etsii siis tuotteita yhä vähemmän niiden käyttöarvon ja yhä enemmän niiden linkkiarvon perusteella (Cova 1997). Kuluttajasta tulee tällöin illuusio- tai harhakuvakuluttaja, joka ostaa mielikuvia ei niinkään itse tuotetta (Elliot 1999). Yritys tai muu markkinointia harjoittava organisaatio

tio ei voi kuitenkaan itse tuottaa tuotteelle linkkiarvoa, vaan sen luovat loppukäyttäjät. Covan ja Pacen (2006) mukaan tämä on heimomarkkinoinnin kannalta ongelmallista, sillä tähän liittyy mahdollisuus menettää kontrolli tuotemerkin hallinnoinnissa kuluttajaheimoille, niin hyvässä kuin pahassa. Pahassa mielessä kollektiivisina toimijoina kuluttajaheimoilla onkin mahdollista syntyä tai muovautua brändin tai organisaation vastavoimaksi (Cova & Cova 2002). Uusyhteisöt ovat yhteistoimintaan kykeneviä, toinen toistaan opastavia toimijoita – ei vain pelkkiä kuluttajia (mt. 2002).

Olemassa olevat uusheimotutkimukset kysymyksineen ovat kohdistuneet tarkastelemaan esimerkiksi: minkälainen on tuotteiden ja palvelujen yhdistävien linkkiarvojen käsitteellinen kehys (Cova 1997); miten julkisissa tiloissa tapahtuvissa heimorituaaleissa muodostetaan merkityksiä (Aubert-Gamet & Cova 1999); miten tunnistaa heimoja ja hyödyntää heimonäkökulmia markkinoinnissa (Cova & Cova 2001); miten toteuttaa heimomarkkinointia (Cova & Cova 2002); minkälaista on mukavuushyödykkeisiin liittyvien brändiheimojen vaikuttavuus (Cova & Pace 2006); miten kehitys kulutusvastaisuudesta heimoyrittäjyyteen etenee (Cova & Dalli 2007); minkälaista on surffiheimokäyttäytyminen urheilumarkkinoinnin näkökulmasta (Moutinho et al. 2008); millaista on autokruisailijoiden heimokulutuksen käytäntöjen logiikka (Brownlie et al. 2007); minkälaista on jalapallofaniheimokäyttäytyminen urheilumarkkinoinnin näkökulmasta (Dionisio et al. 2008) ja miten uusheimolaisuus vaikuttaa sponsorointisuhteen aloitusmotivaatioon ja yrityskuvaan (Garry et al. 2008).

Kuluttajaheimotutkimus on myös yhtynyt tai liittynyt muihin kulutus- ja markkinointitutkimuksen piirissä ilmeneviin yleisiin yhteisökäsitteisiin, erityisesti kyberavaruuden kontekstissa. Tällöin puhumme ennen kaikkea joko virtuaaliheimosta (mm. Kozinets 1999) tai kyberavaruuteen sijoittuvasta brändiheimosta (mm. Cova & Pace 2006; Cova et al. 2007). Kyberavaruus tilana mahdollistaa hetkellisen ja fyysisten henkilöiden kohtaamattomuuden sekä yhteisöistä siirtymisen helppouden. Alakulttuuriin liitettyjä piirteitä kuten yhdistävät linkkiarvot, aaltoilevuus ja kanssatuottajuus ovat läheisiä kyberavaruuden parvi- käsitteelle (Kozinets et al. 2008). Tämä eri käsitteiden yhdistäminen, vaikkakin hetkellinen, pohjaa kuitenkin tietä uusheimolaisen kuluttajaheimon kritiikille.

Yhteisökäsitteiden rinnakkainen käyttö tai niiden yhdentäminen voi olla teoreettisesti ongelmallista (Kozinets 2001). Kulutustutkimuksellisen uusheimoaajat- telun vaikuttaja Bernard Cova tuo Stefano Pacen (2006) kanssa esiin sen, että varsinkin pohjoisamerikkalaisissa yhteisökeskusteluissa tavataan käyttää laveasti eri käsitteitä, kuten heimo ja mikrokulttuuri, toistensa synonyymeinä, yhteen- sopimattomista piirteistään huolimatta. Heimokäsitettä samaistetaan myös toisiin käsitteisiin kuten esimerkiksi alakulttuuri (esimerkiksi Cova & Pace & Park 2007). Käsitteenä alakulttuuri poikkeaa kuitenkin uusheimosta esimerkiksi staattisesta luonteestaan ja strukturalistiselta rakenteestaan johtuen (Goulding & Follet 2002; Kozinets 2001). Niin ikään uusheimon on samaistettu brändiyhteis-

söön tai se on nimetty brändiheimokäsitteeksi (brandtribe) ja alaheimokäsitteeksi (sub-tribe) (Cova & Pace & Park 2007).

Uusheimolaisuus on saanut kritiikkiä myös häilyvästä olemassaolostaan. Tiukan antropologisen näkemyksen mukaan uusheimoja ei voi pitää heimoina (Muñiz & O'Guinn 2001), sillä käsitteestä puuttuu perinteisen heimokäsityksen pysyvyys ja pitkäaikaisuus sekä kulttuuriset perinteet. Shields (1996b) näkee uusheimotermin olevan hieman harhaanjohtava. Hänen mukaan uusheimot tulisi käsittää postmoderneina, tai jopa pseudo-heimoina. Kriitikot ovatkin huomauttaneet että uusheimonäkemyksessä korostuu liikaa epämääräisyys ja konkretian puute, ja sen on esitetty olevan pelkästään ”muotihullutus” (Patterson 1998). Epämääräisyyttä on löydetty myös kuluttajaheimolaisuuden perusrakenteista. Esimerkiksi Joonas Rokka (2010, 72) esittää, ettei uusheimoja ole syytä enää tarkastella pieninä häviävinä haihattelijoiden ryhminä, vaan suhteellisen vakaina, organisoituina sekä voimaantuneina muodostelmina. Tällainen näkökulma voi haastaa jopa uusheimojen olemassaolon, yhdistäen sen brändiyhteisökäsitteeseen. Niin ikään uusyhteisön perustavaa näkemystä yksilöiden vaihtuvista rooleista on pidetty ongelmallisena, sillä moninainen yksilöiden liikehdintä heimo ja ei-heimolaisien identiteettien välillä ja niiden sisällä voi aiheuttaa sekavuutta (Sulkunen 1995, 8).

Menetelmällisesti tutkimukset ovat toteutettu monimuotoisuutta korostaen. Esimerkiksi yhdistämällä havainnointia ja eri haastattelumuotoja (naturalistinen fenomenologinen haastattelu, syvä haastattelu, ryhmähaastattelu) määrällisiin metodeihin. Niin ikään tutkimuksien metodivalinnoiksi on valikoitunut etnografisesti tai virtuaalienografisesti suuntautuneita tutkimusotteita.

3.2.4 Brändiyhteisö

Muñiz ja O'Guinn (mm. 1995) esittelivät työpapereissaan tulevan brändiyhteisön käsitteen esivaiheita ja vuosien kehitystyön jälkeen he julkaisivat tämän yhteisömuodon nimeä kantavan artikkelin vuonna 2001. Heidän (2001) mukaan brändiyhteisö on brändäytyyn tavarahan tai palveluun erikoistunut ja maantieteellisesti rajoittumaton yhteisö, joka perustuu brändin uskollisten suosijoiden keskinäisiin suhteisiin. Muñiz ja O'Guinn (2001) kuvaavat tällaista yhteisöä edelleen sosiaaliseksi kokonaisuudeksi, joka heijastaa brändin sulautumista kuluttajien elämään sekä niitä tapoja, joilla brändit linkittävät kuluttajat toisiinsa ja itse brändiin. Määritelmä painottaa jäsenyyden tunnetta ja sen muodostumista kaksitasoisesti, yksilöiden välisesti ja kollektiivisesti. Se suuntaa huomiota myös yhteisön hierarkkiseen rakenteeseen sekä sen elinvoimaisuuteen, poissulkien lyhytikäisen ihmisten keräytymän. Tämä määritelmä ja käsitteen käyttö on hyväksytty yleisesti markkinoinnin tutkijoiden⁵, mutta myös laajemmin liiketaloustieteen ja

5. Muun muassa: Algesheimer & Dholakia & Hermann 2005; Andersen 2005; Bagozzi & Dholakia 2006; McAlexander & Schouten & Koenig 2002.

yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen parissa. Tutkittavat brändit, jonka ympärille yhteisö on muodostunut, ovat usein korkea sidonnaisia ja symbolista merkitystä omaavia tuotteita ja vain muutamat tutkimukset ovat kohdistuneet matalasidonnaisiin, ”arkisempiin” tuotteisiin. Tuotteen korkeasidonnaisuuden voidaan ajatella helpottavan yhteisön syntyä ja elinvoimaa.

Muñizin ja O’Guinnin (2001) mukaan brändien ympärille voi muodostua ihmisten kanssakäyntiin perustuvia kaupallisuuteen liittyviä yhteisöjä. Kanssakäynti voi tapahtua joko kasvotusten tai virtuaalisissa tiloissa. Keskiössä on ajatus brändien yhteisöllisestä perusluonteesta. Tutkimuksen tarkoituksena on siten tutkia kulttuurisen kulutustutkimuksen näkökulmasta tiettyä massameditoituneen postmodernin yhteiskunnan yhteisöä; osoittaa brändiyhteisön olemassaolo sekä tarkastella sen tunnusmerkkejä.

Muñizin ja O’Guinnin (2001) artikkeli on postmoderniin (Firat 1991; Holt 1997) näkemykseen nojautuva ja sosiologisesti (esimerkiksi Bourdieu 1984; Kant [1790] 1980; Simmel [1904] 1997) orientoitunut tutkimus. He (mt. 2001) tuovat esiin yhteisökirjallisuutta (esimerkiksi Gusfield 1978; Durkheim [1915] 1965; Tönnies [1955] 1974; Weber [1922] 1978) koskevassa katsauksessaan kolme yleistä yhteisöä määrittävää käsitettä. Ensimmäinen elementti on tietoisuus *sisäisestä yhteenkuuluvuudesta*, yhteisön jäsenten tunneside toinen toisiaan kohtaan sekä kollektiivinen ymmärrys eroista ryhmään kuuluvien ja ryhmään kuulumattomien välillä. Toinen yhteisöllisyyden indikaattori on *yhteisten rituaalien ja perinteiden olemassaolo*, jotka ovat peräisin yhteisön jaetusta historiasta, kulttuurista ja tietoisuudesta. Kolmas yhteisöllisyyden merkki on yhteisön näkemys *moraalisesta velvollisuudesta, joka pitää sisällään muun muassa vastuunkantoa sekä itse yhteisöstä että sen yksittäisistä jäsenistä*. Muñizin ja O’Guinn (2001) tutkimuksen lopputulemana osoitetaan, että brändiyhteisö täyttää nämä kolme yhteisöllisyyden keskeistä tuntomerkkiä, mutta myös postmodernille yhteisölle tyypillisen *kuvitellun yhteisön* (Anderson 1983) määreen.

Muñizin ja O’Guinnin (2001) mukaan tällaiset yhteisöt ovat yhtä legitimejä kuin perinteiset yhteisötkin, ja luonteeltaan jäsenilleen ”hyvää” tuottavia. Muñiz ja O’Guinn (2001) väittävät, että yhteisöllisyyden rakentaminen kulutuskäytäntöjen avulla ei ole tekijöilleen pelkästään elämän arvoa lisääviä täydentäviä tekoja muutoin eristäytyneessä ja yksilökeskeisessä yhteiskunnassa. He (mt. 2001) näkevät tällaiset yhteisöt brändin laajemman sosiaalisen merkityksen rakentajina, jolloin yhteisön jäsenet toimivat kokonaisvaltaisen brändin olennaisina muodostajina.

Muñizin ja O’Guinnin (2001, 415) mukaan kohtuullisen ymmärryksen saavuttaminen brändiyhteisöistä edellyttää havainnollista kosketusta yhteisön jokapäiväiseen elämään. Yhteisöt – erityisesti kuluttamiseen liittyvät yhteisöt – eivät tyypillisesti ole irrallaan ympärillään tapahtuvista kulttuurisista muutoksista, päinvastoin (Muñiz & O’Guinn 2001). Ihminen muuttaa jatkuvasti elinympäristöään ja ympäristö puolestaan muokkaa jatkuvasti häntä itseään. Menetelmälli-

sesti he (mt. 2001) toteuttavat havainnollisen kosketuksen vaateen hyödyntämällä etnografista tutkimusperinnettä sekä deduktiivista päättelyä.

Brändiyhteisöjen ja muiden kulutukseen perustuvien yhteisöjen erottaminen toisistaan voi olla vaikeaa (Cova & Cova 2002), sillä eri yhteisökäsitteillä on selkeitä yhtäläisyyksiä. Muñizin ja O'Guinnin (2001) mukaan brändiyhteisöt eroavat kuitenkin kulutukseen perustuvista yhteisöistä (kulutusyhteisö, kulutuksen alakulttuuri, uusheimo). Nämä eroavaisuudet muodostavat brändiyhteisön teoreettisen olemassaolon oikeutuksen. Merkittävin ero Muñizin ja O'Guinnin (2001) brändiyhteisön ja Boorstinin (1974) kulutusyhteisön välillä on kuluttajien välisissä sidoksissa. Boorstin (1974) näkee kuluttajien omaavan lukemattomia heikkoja sidoksia muihin kuluttajiin, jolloin kuluttajat voivat helposti vaihtaa käyttämiään tuotteita, palveluita tai brändejä. Muñiz ja O'Guinn (mt. 2001) sen sijaan näkevät, että brändien ympärille on mahdollista syntyä sellaisia yhteisöjä, joiden uskollisuus brändiä kohtaan on merkittävästi Boorstinin mallia suurempi. (Boorstin 1974, 148; Muñiz & O'Guinn 2001.)

Muñiz ja O'Guinn (2001, 414) mielestä kulutuksen alakulttuurin ja brändiyhteisön yhtäläisyyksiä ovat jaettu eetos, kulttuurinen sopeuttamistoiminta ja hierarkkinen rakenne. He katsovat kuitenkin kulutuksen alakulttuurien eroavan brändiyhteisöistä. Esimerkiksi kulutuksen alakulttuurin voi liittyä ulkopuolisen leima ja ne ovat luonteeltaan omankaltaisempia sekä epätavallisempia kuin brändiyhteisöt. Niin ikään kulutuksen alakulttuuri rakentuu usein tuoteryhmän tai kulutuksentavan (osallistumisen syy, yhdessä kuluttaminen) ympärille. Brändiyhteisöt puolestaan muodostuvat määrätyn tuotemerkin ympärille keräytyvästä ryhmästä kuluttajia (kiintymyksen taso brändiin, kulutus yhdessä tai erillään). Kulutuksen alakulttuurin brändeihin liittyy yhteisön tai yksittäinen jäsenten muodostama sosiaalisesti vakiintunut merkitys, jonka avulla muutetaan tai muodostetaan identiteettiä. Muñiz ja O'Guinn (mt. 2001) puolestaan esittävät, että brändiyhteisöt ovat tulkinnallisia toimijoita ja brändin merkitykset rakentuvat sosiaalisissa neuvotteluissa. Niin ikään brändiyhteisön jäsenet ovat kulutuksen alakulttuurin jäseniä vähemmän sitoutuneita kiinnostuksen kohteeseen.

Brändiyhteisö poikkeaa myös postmodernista uusheimosta. Esimerkiksi uusheimot tapaavat olla paikallisia ja henkilöiden välisiin suhteisiin perustuvia. Brändiyhteisöjen katsotaan puolestansa olevan vapautuneita maantieteellisistä rajoituksista ja massamedian välityksellä niiden katsotaan olevan glokaaleja. Nämä yhteisöt ovat myös eliniältään ja jäsenten sitoutumiseltaan erilaisia. Uusheimot ovat luonteeltaan lyhytaikaisia ja postmodernit yksilöt voivat lukeutua useaan heimoon, peilaten postmodernin yhteiskunnan fragmentoitumista. Puolestaan brändiyhteisöt ovat suhteellisen kestäviä ihmisten keräymiä. Brändiyhteisön jäsenet ovat uusheimon jäseniä sitoutuneempia kiinnostuksen kohteeseen, joskin harvoin äärimmäisen sitoutuneita, vihkiintyneitä. Muñizin ja O'Guinnin (2001) kuvaamasta brändiyhteisöstä poiketen, uusheimot eivät pohjautu strukturoituihin brändin ihailijoiden välisiin suhteisiin. Itse asiassa, uusheimoilta on

harvoin minkäänlaisia rakenteellisesti selkeitä sääntöjä (Cova & Cova 2002). Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei uusheimo voi organisoitua jaetun intohimon muodossa jotakin kultti-objektia tai brändiä kohtaan, muistuttaen siten brändiyhteisöä. Heimot ovat kuitenkin brändiyhteisöjä vähemmän kaupallisesti määrittyneitä ja niitä voi muodostua brändiyhteisöjä monimuotoisempien kohteiden ympärille. (Muñiz & O'Guinn 2001; Cova et al. 2007.)

Muñizin ja O'Guinnin (2001) brändiyhteisökin on saanut myös tuta kritiikistä. Brändiyhteisön tutkimuksen on todettu olevan vielä kehitysvaiheessa (Davidson & McNeill & Ferguson 2007). Muñizin ja O'Guinnin ratkaisu perinteisen brändi – asiakas välisen suhteen rajoitteisiin oli avartaa mallia brändiyhteisötriadiksi, jossa huomioidaan myös asiakkaiden välinen interaktio asiakkaan ja brändin välisen kommunikaation lisäksi. Kuluttaja nähdään yksilönä, mutta ennen kaikkea yhteisön jäsenenä jolla on kyky kollektiiviseen toimintaan muiden yhteisön jäsenten kanssa (Bagozzi 2000).

McAlexander kollegoineen (2002, 39) katsovat brändiyhteisötriadin olevan kuitenkin riittämätön. He laajentavatkin Muñizin ja O'Guinnin (2001) brändiyhteisön käsitettä ymmärtääkseen monimutkaisempia suhteiden verkostoja. He täydentävät triadia tuotteen ja markkinoijan toimijuudella. Tuotteen ja markkinoijan nähdään tukevan kuluttajien yhteistoimintaa, interaktiota ja brändiyhteisön muodostumista, jolloin tuotteen ja markkinoijan suhdetta yhteisöön on yhtälailla tuettava. McAlexander kollegoineen (2002) ottaa myös aikaisemmasta brändiyhteisönäkemyksestä poikkeavan perspektiivin esittäessään, että brändiyhteisö on itse asiassa asiakaskeskeinen. Perinteisesti brändiyhteisöjen on ajateltu toimivan brändin ympärillä, kun taas asiakaskeskeinen brändiyhteisömalli nostaa asiakkaiden kokemukset itse brändiä tärkeämmiksi. McAlexander ja kollegat (2002) tuovat esiin myös näkökulman siitä, että yhteisön olemassaolon legitimizeetti nojaa asiakastyytyvyyteen, ei niinkään brändiin itsessään. De Burgh-Woodman ja Brace-Govan (2007) kritisoivat Muñiz ja O'Guinniä sekä myöhempiä brändiyhteisötutkimuksia (mm. Algesheimer et al. 2005) siitä, että ne käsittävät yhteisöt liian homogeenisinä.

Muñiz ja O'Guinn (2001, 415) esittävät näkemyksensä siitä, millaisen brändin ympärille yhteisö voi syntyä. Heidän mielestä brändiyhteisön muodostuminen on todennäköisintä julkisesti kulutettavalle ja kilpailua kohtaavalle brändille, jolla on vahva imago sekä pitkä ja rikas historia. Tyypillisesti tällaisia ovat esimerkiksi kulukuvälineet kuten autot (Jeep ja Saab yhteisötutkimukset Algesheimer et al. 2005; Bagozzi & Dholokia 2006; McAlexander et al. 2002; Muñiz & O'Guinn 2001 ja Hummer yhteisötutkimus Luedicke 2006), moottoripyörät (Harley Davidson yhteisötutkimus McAlexander et al. 2002) ja tietotekniikka (Apple yhteisötutkimus Muñiz & O'Guinn 2001; Muñiz & Schau 2005). Brändiyhteisön keskiönä voi olla kuitenkin olla myös mikä tahansa brändi (Muñiz & O'Guinn 2001, 415).

Tämä brändiyhteisöjen muodostumisen moninaisuus todentuu tutkimuksissa. Esimerkiksi Davidson, McNeill ja Ferguson (2007) tutkivat aikakausilehtien

ja Dionisio, Leal ja Moutinho (2008) urheiluseurojen brändiyhteisöjä. Covan, Pacen ja Parkin (2007) tutkimus kohdistui peleihin ja Ouwerslootin ja Odekerken-Schröderin (2008) tapauksessa tutkittiin pelien ohella myös kellojen ympärille muodostuneita yhteisöjä. Viime vuosina on tutkittu myös yhteisöjä, jotka ovat syntyneet elintarvikkeen ympärille, esimerkkeinä Covan ja Pacen (2006) tutkima Nutella-yhteisö, Sicilian ja Palazónin (2008) tutkima Coca-Cola yhteisö sekä Flaviánin ja Guinaliun (2005) tutkimuksessa mukana ollut Guinness olutyhteisö. Bränditutkimuksen tutkimuskysymykset vaihtelevat esimerkiksi: kuinka brändifestivaalit vaikuttavat yhteisöön liittymiseen (McAlexander et al. 2002); kuinka erilaiset yhteisön jäsenten näkemykset yhteensovitetaan (co-design) virtuaaliyhteisöissä (Piller et al. 2005), kuinka brändiyhteisöt ilmaisevat uskonnollisia piirteitä (Muñiz & Schau 2005) ja kuinka yhteisön jäsenyys auttaa ennakoimaan ostoaikomuksia ja käyttäytymistä (Algesheimer et al. 2005).

Menetelmällisesti brändiyhteisöjä koskevat tutkimukset on toteutettu virtuaaliyhteisötutkimuksien tapaan monimuotoisuutta korostaen. Tutkimuksissa yhdistellään esimerkiksi naturalistista havainnointia ja eri haastattelumuotoja (mm. syvä haastattelu, ryhmähaastattelu). Tutkimuksia on toteutettu myös yhdistelemällä erilaisia määrällisiä metodeja (mm. survey-kysely, rakenneyhtälömallintaminen) toisiinsa. Tutkimuksien metodivalinnoiksi on valikoitunut niin ikään etnografisesti tai virtuaalienografisesti suuntautuneita tutkimusotteita.

3.3 Harrastaminen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluissa

Kulutustutkimuksessa tutkimukset ovat tarkastelleet harrastamista, tai siksi luonnehdittavaa aktiviteettia, ja niihin liittyvää kulutusta, esimerkiksi autoilua (Warde 2005); baseball-pelin katselua (Holt 1995); lukemista (Radway 2000); maastopyöräilyä (Christensen & Olson 2002); musiikin kuuntelua (Giesler et al. 2001); pitkänmatkanjuoksua (Chalmers & Schau 2007). Tarkasteluissa kiinnostuksen kohteina ovat olleet niin mielen tapahtumat kuten mentaaliset mallit (Christensen & Olson 2002) tai mielletty vapautumisen tunne (Chalmers & Schau 2007) sekä romanttinen eskapismi (Radway 2000). Enemmistö kulutustutkimuksen ja markkinoinnin tutkimuksista jakavat ja nojaavat kuitenkin vapaa-ajan tutkimuskentän (mm. Kyle & Chick 2002) tapaan siihen, että harrastamisessa korostuu sen sosiaalinen luonne. Harrastajat tavoittelevat erinomaisuutta harrastuksiinsa liittyvissä käytännöissä, usein merkityksellisten toisten seurassa.

Näkemyks harrastamisen sosiaalisuudesta, jopa yhteisöllisyyttä synnyttävästä luonteesta (Belk & Costa 1998, 219; Pitta & Fowler 2005, 266), ilmenee useissa harrastamisen muotoja koskevissa kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluissa. Esimerkiksi ”communitas”- yhteisökonseptin alla on tarkasteltu laskuvarjo- hyppäystä (Celsi & Rose & Leigh 1993) ja villin lännen fantasia- harrastusta

(Belk & Costa 1998). Koskenlaskua voidaan sinänsä pitää harrastuksena, mutta Arnouldin ja Pricen (1993) tutkimuksessa se ei sitä ole, vaan koskenlasku esiintyy vapaa-aikaan ja matkailuun liittyvän yksittäisen taianomaisen matkakokemuksen näyttämönä. Tumbatin (2007) vuorikiipeilyä koskeva tutkimus sijoittunee ”communityn” ja kulutuksen alakulttuurin rajapintaan. Tumbat (2007) itse pitää vuorikiipeilyä ilmeisenä alakulttuurina, mutta hän tarkastelee Belkin ja Costan (1998) sekä Arnouldin ja Pricen (1993) tapaan aktiviteetin rituaalisia ja myyttisiä piirteitä sekä kokemuksellisuutta. Yhteisenä nimittäjänä ”communitas”- käsitteen alle nivoutuville harrastamisen muodoille on niiden hyperyhteisölliset piirteet, kuten se, että nämä aktiviteetit ovat sidottuja tiettyyn lyhyeen aikaan ja paikkaan. Lisäksi, nämä tutkimukset painottavat eksentrisiä, voimakkaasti kokemuksellisia huippuhetkiä, riskialttiissa toiminnassa.

Niin ikään kirjallisuuskatsauksen kautta esiin tuomassani ja edellä esitellyissä neljässä yleisessä kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisönäkemyksen parissa on tarkasteltu harrastamista. Käsittely on ollut kaikista vilkkainta kulutuksen alakulttuuritutkimuksissa, jotka ovat kohdentuneet muun muassa autoiluun (Leigh et al. 2006); moottoripyöräilyyn (Martin et al. 2006; Schouten & McAlexander 1995); musiikin kuunteluun (Giesler & Pohlmann 2002); pitkänmatkanjuoksuun (Chalmer & Arthur 2008); surffaukseen (de Burgh-Woodman & Brace-Govan 2007); surffaukseen sekä rulla- ja lumilautailuun (Beverland et al. 2006); tv-sarjan fanittamiseen (Kozinets 1997) ja urheilujoukkueen kannattamiseen (Richardson & Turley 2006).

Kyberavaruuden on todettu tapahtumapaikkana tukevan myös tietyn kiinnostuksen kohteen – esimerkiksi harrastuksen – ympärille muodostuvaa yhteisöllisyyttä (Pitta & Fowler 2005). Tällainen kiinnostuksen kohde voi vaihdella toiminnan jatkumolla seuraamisesta aina osallistuvaan aktiviteettiin (kuten kalastukseen) (mt. 2005, 266). Tästä huolimatta kulutustutkimuksen ja markkinoinnin tutkimuksen saroilla on harrastamisen tarkastelu virtuaalitiloissa kohtuullisen vähäistä. Virtuaaliyhteisönäkökulmasta on pohdittu tv- sarjan fanittamista (Dholakia & Bagozzi & Pearo 2004); virtuaalimatkestamista (Mathwick & Wiertz & de Ruyter 2008; Rokka & Moisander 2009) ja virtuaalipelaamista (Moore et al. 1996). Virtuaalinen ympäristö mahdollistaa yhtäältä sen, että harrastaminen ja yhteisöllisyys voi aktualisoitua ainoastaan ”on-line” tilassa, jolloin on kyse puhtaista virtuaaliyhteisöistä. Toisaalta aikaisemmin ainoastaan tosielämässä esiintyvät harrastusyhteisöt ovat nykypäivinä laajentaneet toimintaansa myös virtuaaliavaruuteen (Sicilia & Palazón 2008).

Uusheimoajattelun mukaiset tutkimukset ovat puolestaan koskettaneet surffaamista (Dionísio & Leal & Moutinho 2008); autokruisailua (Brownlie & Hewer & Treanor 2007); jalkapallojoukkueen fanittamista (Dionísio & Leal & Moutinho 2008); rullaluistelua (Cova & Cova 2001) ja valokuvausta (Cova 1997). Uusheimojen olemassaolon perusta, häilyvyydessään ja lyhytaikaisuudessaan, voidaan nähdä edustavan muotia. Harrastamiseen voi toki liittyä muotimaista

aktiviteettien kokeilemista, harrastuksien rajoitusten kokemista sekä niistä luopumista. Edellä esitetyt uusheimolaisten harrastamista koskevat tutkimukset eivät kuitenkaan tue näkemystä harrastusyhteisöjen lyhytaikaisuudesta ja muotimaisesta ailahtelevuudesta, päinvastoin.

Harrastamiseen tai siksi lukeutuvaan toimintaan liittyvää brändiyhteisöllisyyttä on tutkittu autoilun (Algesheimer et al. 2005; Bagozzi et al. 2006; Luedicke & Giesler 2009; McAlexander et al. 2002; McAlexander & Schouten 1998; Muñiz ja O'Guinn, 2001; Schau et al. 2009); moottoripyöräilyn (Fournier & Sensiper & McAlexander & Schouten 2001; Muñiz & O'Guinn 2001); valokuvaamisen (Schau et al. 2009) sekä virtuaalipelaamisen (Cova et al. 2007) konteksteissa. Näiden brändiyhteisötutkimusten huomion keskiössä ei ole brändiin liittyvä varsinainen harrastaminen, esimerkiksi moottoripyöräily, vaan yksilöiden brändiin vaikkapa Harley Davidsoniin liittyvät sosiaaliset, kognitiiviset ja affektiiviset jaetut merkitykset, joita yksilöt liittävät brändiin ja miten sosiaaliset suhteet toisiin brändin käyttäjiin mielletään. Niin ikään brändiyhteisötutkimukset tuovat esiin toimintaan liittyvää sukupuolittuneisuutta (mm. Martin et al. 2006; McAlexander & Schouten 1998).

Harrastamista käsittelevän kulutustutkimuksen ansiosta tiedämme paljon sekä tosielämän että virtuaalimaailman yhteisöllisyyden olemassaolosta; esimerkiksi eri yhteisömuotojen määritelmistä ja tuntomerkeistä sekä näkemyksistä niiden pysyvyydestä. Niin ikään olemme tietoisia eri yhteisöjen sosiokulttuurisista painotuksista ja yhteisöjen välisistä eroavaisuuksista. Tutkimukset kertovat myös yhteisöjen huippuhetkistä sekä usein hengellis-sävytteisistä symbolisista ja toisteisista rutiineista sekä pyhistä rituaaleista, joiden nähdään ylläpitävän yhteisöä. Tutkimukset tuovat lisäksi julki kollektiiviseen toimintaan sisältyvän tavoitteellisuuden. Yhteisö voi olla siten välineellinen keino saavuttaa esimerkiksi uutta identiteettiä, asemaa tai uusia kokemuksia. Tutkimukset ovat myös valottaneet yhteisöjen ja tuotteiden sekä markkinoijan välisiä monimutkaisia ja moninaisia suhteita (mm. Cova et al. 2007, 20, 26).

3.4 Harrastusyhteisö suhteessa kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluihin

Jo aiemmin kulutustutkijoiden parissa on esitetty sitä, etteivät kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisökäsitteet ole kaiken kattavia ja soveliaita kaikkiin tutkimusintresseihin (mm. Kozinets 2001). Tämän mukaisesti esitän, ettei mikään neljästä keskeisestä yhteisökäsitteestä sovellu ongelmitta tutkimukseni yhteisön tai laajemminkin toiminnalliseen harrastamiseen liittyvän yhteisön tarkastelun pohjaksi.

Esimerkiksi tarkasteltaessa kulutuksen *alakulttuurin* vapaa-ajan toimintaa koskevia tutkimuksia voidaan pohtia, ovatko aktiviteetit kuten pitkänmatkan-

juoksu, urheilujoukkueen fanittaminen tai edes surffaaminen ja niiden toteuttajat yhteiskunnan valtavirrasta voimakkaasti erottuvia tai sitä vastaan ”pulikoivia” toimijajoukkoja. Jaan tutkijoiden näkemyksen siitä, että on syytä olla antamatta alakulttuurin statusta länsimaiselle vapaa-ajanharrastusyhteisölle, koska sen toiminta ei välttämättä vaadi niin syvää ja yhtenäistä elämäntapaa (Kozinets 2001; Nelson & Treichler & Grossberg 1992; Thompson & Troester 2002; Thornton 1997) tai omaa negatiivista stigmaa. Niin ikään alakulttuurin käsite korostaa yksilöllisyyttä sekä tiettyyn ei-inhimilliseen esineeseen tai tuotemerkkiin keskittymistä.

Kalastusharrastuksen yhteydessä emme voi puhua ”puhtaasta” virtuaaliyhteisöstä, koska konkreettinen harrastaminen ei voi aktualisoitua ainoastaan kyseisessä tilassa. Virtuaalisessa ympäristössä voidaan kuitenkin vuorovaikutuksen avulla ylläpitää, rakentaa ja muokata tiettyä tosielämässä esiintyvää harrastusyhteisöä tai laajempaakin harrastusyhteisöllisyyttä, vaikkapa kalatarinoita tai neuvoja tai kuvia jakamalla. Kommunikaatio ja virtuaaliavaruuden havainnointi ovat pitkälti rajoittuneet kuitenkin tekstuaalisuuteen ja visuaalisuuteen (ks. Sicilia & Palazón 2008). Elävän elämän harrastuksen näkökulmasta kyberavaruuden toiminnalla on yhteisöllisyyden muodostamisessa vain avustava tai täydentävä rooli.

Uusheimoajattelun mukaan henkilöt voi liikkua vapaasti heimosta toiseen ja ihmisten on mahdollista olla samaan aikaan usean heimon jäseniä. Voidaan kuitenkin kysyä, onko uusheimoajattelu sopiva tarkastelunäkökulma harrastusyhteisöihin. Harrastusyhteisöt ovat suhteellisen vakaita olemassaolon näkökulmasta tarkasteltuna (Markuksela 2009). Yhteisön olemassaolon voidaan nähdä edellyttävän säännöllisiä kohtaamisia ja yleisiä kulttuurisia perusteita – sitoutumista, yhdessäoloa ja tekemistä. Ihmiset voivat toki harrastaa monia eri asioita ja olla jopa erilaisten harrastusyhteisöjen jäseniä; eiväthän eri harrastusmuodot ja niihin liittyvät yhteisöt välttämättä ole toinen toisensa uhkaajia, esimerkiksi kalastaja voi harrastaa moottorivetouistelua kesäisin ja pilkkimistä talvisin. Usean harrastuksen harrastaminen ei ole suinkaan välttämätöntä. Itse asiassa, vihkiintyneiden harrastajien on todettu keskittyvän ja omistautuvan tiettyyn aktiviteettiin vaihtoehtoisten toisten kustannuksella (Scott & Schafer 2001). Niin ikään uusheimomaista näkemystä toteuttava – hektinen hyppely – eri harrastemuotojen välillä, on luonteeltaan harrastelua, kokeilua, ei suinkaan suhteellisen jatkuvaa ja sitoutunutta yhteisöllistä harrastamista.

Brändiyhteisöön liittyminen ja jäsenyys edellyttävät puolestaan tietyn tuotemerkin hankkimista ja omistajuutta. Tiukan katsantokannan mukaan ilman olemassa olevaa brändiä ei ole myöskään sen ympärille rakentuvaa yhteisöäkään. Harrastamisen näkökulmasta tämä ominaisuus tekee brändiyhteisöikäsitteen soveltamisen ongelmalliseksi. Toki tietyn brändin ympärille voi kietoutua harrastamistoimintaa, esimerkiksi Harley Davidson moottoripyörä ja sillä ajaminen. Keskittyminen vain tiettyyn brändiin ei kuitenkaan ole ennakkoehto toiminnallisen harrastusyhteisön muotoutumisessa ja toteutuksessa. Siten harrastaminen ei ole orjallisesti sidoksissa määrättyyn tuotemerkkiin. Esimerkiksi vetouistelu-

aktiviteetti ei pääty siihen, että jokin kalastusvälinebrändi poistuu markkinoilta – harrastus elää vaikka tuotemerkki lakkaa olemasta. Harrastamiseen liittyy kuitenkin olennaisesti kulutus, esimerkiksi moottorivetouistelun esteetön ja pätevä toteutus vaatii investointeja fyysisiin välineisiin sekä palveluihin, mutta näitä toteuttavia välinetuotemerkkejä on tavanomaisesti useita. Toisin sanoen, toiminnallisessa harrastamisessa, kuten kalastus, brändi ei ole se joka kerää ihmisiä tykö, vaan itse aktiviteetti.

Kaikkia kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yleisiä yhteisökeskusteluja ja erityisesti harrastamista koskevia keskusteluja yhdistää konkreettisen toiminnan ja toimintaympäristön riittämätön pohdinta ja teoretisointi. Harrastamisen näkökulmasta, ilman toteuttavia tekoja harrastustoiminta lakkaisi olemasta, esimerkiksi jalkapalloilua ei olisi ilman sitä pelaavia pelaajia (ks. Reckwitz 2002; Schatzki 2001). Ilman toimintaa ei olisi myöskään aktiviteettiin liittyviä yhteisöjä kuten joukkueita, faniryhmiä tai osallistuvien toimijoiden kerääntymiä. Yhteisöjä koskettavissa aiemmissa kulutustutkimuksissa on toki käsitelty toimintaa, mutta huomio on ollut esimerkiksi yhteisön toimintaan liittyvien rituaalien pohdinnassa ja luokittelemisessa. Esimerkiksi Celsi ja kollegat (1993), laskuvarjo- hyppäystä käsitellessään, esittelevät toki eri hyppymuotoja ja sen osioita, mutta keskittyvät välineiden ja hyppäysharrastuksen virstanpylväiden kuvailemiseen. He pohtivat aktiviteettia ennen kaikkea motivaatiopsykologisesta perspektiivistä ja kokemuksellisuutta korostavasta fenomenologisesta näkökulmasta. Moottoripyöräilyä koskettavassa Schoutenin ja McAlexanderin (1995) tutkimuksessa ajamista käsitellään lyhyesti, kuten todeten ryhmäajon luonteen olevan ryhmätietoisuutta edistävä elementti – yhdistävä rituaali. Martin kollegoineen (2006) pohtivat moottoripyöräilyä sukupuolistavana käytäntönä. Chalmers (2006) jatkaa psykologista linjaa pohtimalla juoksemista keinona saavuttaa vapautumisen tunnetta. Aktiviteetin toiminnan luonteen pohdinta, ennen kaikkea kehollisais-tillisena, jää aiempien yhteisötutkimuksien ulkopuolelle. Niin ikään yhteisötutkimuksen keskiössä olevien ei-inhimillisten tuotteiden konkreettinen käyttö sekä tehtävät jäävät pieneen osaan.

Harrastusyhteisön toiminnan ohella on tärkeää huomioida toimintaympäristö, se tila, missä aktiviteettia harjoitetaan. Kulutustutkimuksen ja markkinoinnin harrastamiseen liittyvissä yhteisötutkimuksissa tila on jäänyt vähemmälle huomiolle tai tutkimuksissa on pitäydytty tarkastelemaan ihmisten kanssakäyntiä tilassa emotionaalisesta sekä kognitiivisesta näkökulmasta (esim. Celsi et al. 1993; Christensen & Olson 2002; Tumbat 2007). Tilan rooli on pitkälti toimia tapahtumapaikkana tai näyttämönä ja usein staattisena sellaisena.

Tarkastelu harrastajien kanssakäynnistä luonnon tilassa on kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisötutkimuksissa varsin vähäistä. Esimerkiksi Tumbatin (2007) vuorikiipeilyä koskevassa tutkimuksessa luonnon tilan käsittely jää vuoren nimen esittämiseen. Harvoissa tutkimuksissa on sivuttu lyhyestikään tilan, esimerkiksi luonnon perusolemusta ja erityisesti sen muuttuvaa luonnetta.

Näitä poikkeuksia ovat: Arnould & Price (1993; maininta jatkuvasti muuttuvasta vesiympäristöstä), Arnould & Price & Thierney (1998; maininta luonnon muutoksenalaisuudesta); Belk & Costa (1998; lyhyt kuvaus vuorokauden eri aikoina havaituista lämpötilan ja valoisuuden eroista), Celsi et al. (1993; maininta uhkaavista sääolosuhteista) ja Schouten ja McAlexander (1995; maininta luonnon erikeliolosuhteista). Luonnon tilat ovat kuitenkin dynaamisia perusolemuksestaan (Valtonen & Markuksela 2007). Lisäksi muuttuvat tilannekohtaiset tekijät kuten vuorokaudenaika, vuodenaika tai vallitseva sääolosuhde edesauttavat luonnon alati muuttuvien piirteiden muodostumista. Nämä luonnon muuttuvat piirteet koskettavat myös usein luonnon kanssa kanssakäyvää kehoa ja erityisesti useita eri aistiosa-alueita.

Kulutustutkimuksen tilassa tapahtuvaa kanssakäyntiä käsittelevissä pohdinnoissa korostuu eksistentiaalis-fenomenologian mukainen yksilöllinen kokemusellisuus – tilassa oleminen (ks. Valtonen & Markuksela 2007). Tilassa tekeminen ylittää passiivisemmän tilassa olemisen. Esimerkiksi harrastaminen on usein tilassa tapahtuvaa kehollista ja yhteistoiminnallista tekemistä. Kehollinen toiminta nojautuu aisteihin: jalkoja liikutetaan, ääniä kuullaan, hajuja haistellaan. Toisin sanoen elämme ja liikumme eri tiloissa ja läpi tilojen, jotka ovat täynnä erilaisia aistihavaintoja. Kulutustutkimuksen parissa harrastamisyhteisöjä koskettavat tutkimukset eivät ole käsitelleet aisteja ja niiden merkitystä muutamaa sivuavaa poikkeusta lukuun ottamatta [mm. Arnould & Pricen (1993) taianomainen kuudes aisti; Belk & Costa (1998) maininta paikkaan liittyvistä erilaisista haju- ja kuuloaistimuksista; Schouten & McAlexander (1995) maininta ajamisen yhteydessä tapahtuvasta lisääntyneestä aistitietoisuudesta]. Kaiken kaikkiaan, nämä aiemmat harrastamista koskevat yhteisötutkimukset korostavat visuaalisuutta – katseen valtaa (Urry 2002) – tai audiovisuaalisia havaintoja maisemallisista nähtävyyksistä.

Yhteenvetäen voidaan todeta, että kulutustutkimuksen ja markkinoinnin yhteisötutkimukset eivät ole käsitelleet konkreettista harrastamista kokonaisvaltaisesti toimintana, konkreettisena tekemisenä. Tämä on yllättävää, ovathan kaikki harrastamisen tavat kehollista toimintaa, olkoon kyseessä sitten kalastaminen, pyöräily, sienestys tai shakin pelaaminen. Näin tutkimukset ovat jättäneet vähemmälle huomiolle sen, millaisia moniaistillisia kehollisia tekoja ja sanontoja toiminta edellyttää tai miten keholliset harrastajat toimivat taitavasti yhdessä ja käyttävät materiaalisia tuotteita tai palveluita sopeuttaen tietyn logiikan ohjaamina tekoja muuttuvaan toimintaympäristöön.

Esitän tutkimuksessani sitä, että soveltamalla harrastusyhteisön sisällölliseen tarkasteluun kulttuurillista käytänteoreiaa (katso tarkemmin luku 4. Käytänteoreettiset lähtökohdat) kykenemme tarrautumaan toimintaan kehollisena, yhteistoiminnallisena, tilallisena kokonaisuutena sekä siihen millainen on kulutuksen asema. Lisäämällä viitekehykseen aistillisen käänteen tarkastelukulmaa (katso alaluku 4.4 Käytäntöjen sidosteiset elementit) syvennämme käytäntö-

teoriassa jo entuudestaan olemassa olevaa aistillisuuden ymmärrystä. Niin ikään kehollisuuden ja aistillisuuden huomioivan metodologian hyödyntämisellä (katso luku 5. Aistietnografinen metodologia) voimme muodostaa tutkimuksellisen kokonaisuuden, harrastusyhteisön sateenkaaren, jonka alla on potentiaalia täyttää esiin tuotuja aiempien tutkimusten aukkoja, ja siten täydentää kulutustutkimuksellisen teorian yhteisöllisyyden rakentumisen kehyksiä.

4. Käytäntöteoreettiset lähtökohdat

4.1 Kulttuurinen käytäntöteoria

Käytäntöteoria on ollut esillä yhteiskuntatieteellisissä keskusteluissa jo vuosisadan ajan. Pitkäkantoisista juuristaan huolimatta se ei kuitenkaan ole ollut varhaisimpien keskustelujen keskiössä. 1970–1980-luvulla ja erityisesti sosiologian parissa (mm. Bourdieu 1977; de Certeau 1984; Foucault 1977; Giddens 1984) tapahtui yritys nostaa käytäntöajattelun asemaa, mutta vasta 2000-luvun taitteessa kiinnostus sitä kohtaan on vahvistunut eri tieteenaloilla (mm. Barnes 2001; Gherardi 2009; Reckwitz 2002; Schatzki 1996; 2002; Schatzki et al. 2001; Strati 2003). Schatzkin ja kollegoiden (2001) mukaan voimmekin puhua yhteiskuntatieteellisestä käytäntökäänteestä, suunnanmuutoksesta, joka on jatkunut aina näihin päiviin saakka (mm. Laine 2010; Rantala 2011; Skälén & Hackley 2011; Valtonen et al. 2010). Käytäntöteoria on sittemmin rantautunut muun muassa johtamisen opintoihin, kasvatustieteisiin, kulutustutkimukseen, liikuntatieteisiin, matkailututkimukseen, markkinointiin, organisaatiotutkimukseen sekä sukupuolen tutkimukseen.

Käytäntöteoria on osa kulttuurisia teorioita, joiden tarkoituksena on selvittää ja ymmärtää sosiaalista toimintaa, kanssakäyntiä ja sosiaalisuuden, esimerkiksi yhteisön, rakentumista (Reckwitz 2002; Schatzki 2002). Jaettua kulttuurillista käytäntöteoreettista perustaa ovat rakentaneet muun muassa Andreas Reckwitz, Theodore Schatzki ja Alan Warde (Røpke 2009). Kulttuuristen teorioiden juuret pohjaavat pitkälti strukturalismiin, semiotiikkaan, fenomenologiaan sekä hermeneutiikkaan (Reckwitz 2002). Kulttuuriset teoriat haastavat kahden sosiaalisen teorian arkkityyppien ”homo economicuksen” ja ”homo sociologicuksen” mukaisen kansalaisuuden sekä niihin nivoutuvaa näkemystä sosiaalisen järjestyksen ylläpidosta ja toimintaa ohjaavasta logiikasta (Reckwitz 2002; Schatzki 2001). Näistä ensimmäinen, ”homo economicus”, syntyi käsitteenä jo 1700-luvun lopulla Adam Smithin, modernin taloustieteen isän, kirjoitusten pohjalta. Näkemys systemaattisesti toimivasta yksilöstä, joka kykenee olemaan täysin muista riippumaton ja rationaalinen taloudellisissa päätöksissään on ollut vahvasti esillä liiketaloustieteellisessä ajattelussa. Sen mukaan toimintaa ohjaavat henkilökohtaiset kiinnostuksen kohteet, syyt ja tavoitteet (Reckwitz 2002; Schatzki 2001). Sosiaalisuus rakentuu tämän näkemyksen mukaan yksilöiden rationaalisissa teoissa – sosiaalinen järjestys on siten yksittäisten tekojen yhteenkeräytymä (Reckwitz 2002; Skälén & Hackley 2011).

Jälkimmäisessä ”homo sociologicus” mallissa sosiaalista järjestystä ylläpitää jaettu normatiivinen yhteisymmärrys ja toimintaa ohjaavat yhteiset säännöt ja arvot ja niiden noudattaminen (Reckwitz 2002; Skälén & Hackley 2011). Kulttuuriset teoriat, mukaan lukien käytäntöteoria, nojaavat erilaiseen käsitykseen siitä, miten kykenemme ymmärtämään toimintaa ja vallitsevaa yhteiskuntajärjestystä. Kulttuuristen teorioiden mukaan toimijoiden maailman tulkintaa, merkityksien muodostamista ja kykyä sopeuttaa tekemistä selittää parhaiten tiedon symbolisten rakenteiden järjestely sekä tiedon uusintaminen (Berman 2011; Reckwitz 2001; Valtonen 2012). Tämän jaetun, joskus julkilausumattoman, jopa piilevän, tietovarannon avulla mahdollistetaan, mutta myös rajataan toimijuutta (Reckwitz 2001; Skälén & Hackley 2011).

Reckwitz (2002) mukaan käytäntöteoria on esimerkki kulttuurisesta teoriasta, mutta kaikki kulttuuriteoriat eivät kuitenkaan ole käytäntöteorioita. Itse asiassa, Reckwitz (2002) tähdentää, että kulttuuriteoriat voidaan jakaa neljään eri osamuotoon: kulttuuriseen mentalismiin, tekstualismiin, vuorovaikutuksellisuuteen (intersubjektivismi) sekä käytäntöteoriaan. Näillä teorioilla on keskenään erilaiset näkemykset siitä, mihin sosiaalisuus asemoituu sekä siitä, mikä on analyysin perusyksikkö. Kulttuurinen mentalismi paikantaa sosiaalisuuden mieleen ja kulttuurinen tekstualismi mielen ulkopuolelle – teksteihin, puheisiin tai merkkeihin. Vuorovaikutuksellisuudessa sosiaalisuuden sija on puolestaan ihmisten välisessä kanssakäymisessä, vastavuoroisuudessa sekä yhteenkuuluvuudessa. (Mt. 2002.) Sosiaalisuuden voidaan katsoa yhtäältä olevan sekä ihmisten muovaama että ihmisten muovaaja – integroitunut kokonaisuus.

Käytäntöteoreettista lähestymistapaa voidaan pitää löyhänä, mutta kuitenkin tunnistettavana ja yhteneviä piirteitä sisältävänä ajattelutapana (Reckwitz 2002; Scazki 2001). Reckwitz (2002) esittää, että sosiokulttuuristen teorioiden mukaan käytännöt (practices, praktik) ovat:

”...rutinoitunutta käyttäytymistä, joka koostuu useista toisiinsa kytköksissä olevista aineksista: kehollisen ja henkisen toiminnan muodoista, ”esineistä” ja niiden käytöstä, taustatietoihin pohjaavasta ymmärtämisestä, asiantunteemuksesta, tunnetiloista ja motivaatietietoisuudesta...” (Reckwitz 2002, 250; kirjoittajan käännös).

Schatzkin (1996) mukaan käytännöstä on tunnistettavissa kaksi erilaista käsitystä: käytäntö koordinoituneena kokonaisuutena (practice-as-entity) ja suorituksena (practice-as-performance). Käytäntö kokonaisuutena, esimerkiksi ruoanlaitto, nähdään erilaisten ajallisesti etenevien ja tilallisesti hajaantuvien tekojen ja sanontojen verkostona (nexus) (mt. 1996). Se on organisoitunut ja suhteellisen kestävä entiteetti, joka on tunnistettavissa ajan ja tilan poikki (Shove et al. 2007). Käytäntöön kokonaisuutena liitetään myös näkemys sen sosiaalisesta ja kollektiivisesta alkuperästä ja historiallisesta viitekehyksestä. Käytäntö suorituksena on

puolestaan tekojen ja sanontojen toteuttamista, performanssia, jossa toteutetaan, ylläpidetään sekä uudennetaan käytäntökokonaisuutta (mm. Schatzki 1996).

Schatzki (1996) tekee myös erottelun kahdenlaisten käytänteiden (hajautetut; yhdistävät) välillä. Hajautettuja käytäntöjä (dispersed practices) esiintyy monella sosiaalisen elämän alalla (esimerkiksi asioiden kuvaileminen ja selittely tai kyseenalaistaminen). Hajautetut käytännöt ovat usein myös keskittyneet tiettyyn toiminnan muotoon ja ne ovat siten erkaantuneet tai irrallaan toisista käytännöistä (Schatzki 2002). Rakenteeltaan hajautetut käytännöt ovat säännöistä vapaita, tilallis-ajallisesti avoimia sekä varsin yksioikoisia toimintoja (Schatzki 2001; 2005). Yhdistävät käytännöt (integrative practices) ovat niitä ”monimutkaisempia” käytäntöjä jotka muovaavat sisältäpäin erityisiä sosiaalisen elämän alueita (kuten tutkiminen, väittely, työnteko, vapaa-ajan toiminnot). Yhdistävä käytäntö sisältää toisiinsa tarttuneita, limittäisiä sosiaalisia ja materiaalisia asetelmia, sarjoja toimintoja, taitoja sekä jaettuja näkemyksiä (Schatzki 2001). Toisinaan yhdistävään käytäntökokonaisuuteen kietoutuu myös hajautettuja käytäntöjä (Schatzki 1996).

Schatzkin (mm. 1996) mielestä käytäntöjen tarkastelussa, erityisesti yhdistävien, on olennaista pohtia niitä kokonaisuuksina ja sitä kuinka osatekijät liimaantuvat kiinni toisiinsa ja kuinka ne muodostavat toimintojen kimppuja, toimintapakkoja (bundle). Reckwitzin (2002) mukaan käytännöt ovatkin riippuvaisia toisiinsa liittyvistä elementtien kytköksistä, mikään yksittäinen toiminta ei siis voi muodostaa käytäntöä. Schatzkin (1996; 2002) mukaan käytännön muodostavat erilaiset sanonnat ja teot yhdistyvät (link) toisiinsa käytännöllisen ymmärryksen (practical understanding), sääntöjen (rules), teleoaffektiivisiin rakennelmien (teleoaffective structure) sekä yleisymmärryksen (general understanding) avulla. Nämä neljä tekijää ja niiden erilaiset koostumukset *antavat käytännölle sen rakenteellisen muodon*.

Käytännöllisellä ymmärryksellä viitataan toimintaan liittyviin tiettyihin kykyihin ja taitoihin. Ymmärrys on voimanlähde (battery), akusto, joka sekä ”latautuu” osallistumisesta käytäntöön että mahdollistaa siihen osallistumisen (Schatzki 2002). Säännöillä ymmärretään määrättyyn käytäntöön liittyviä täsmällisiä ohjeita, suosituksia tai vaatimuksia, jotka ohjaavat ihmisiä suoriutumaan tietystä toiminnasta (mt. 2002). Teleoaffektiivisella rakenteella viitataan käytäntöön liittyviin tavoiteltuihin päämääriin/lopputulemiin (ends), tehtävistä (task) kostuviin hankkeisiin (project), tarpeistoon ja niiden osaavaan käyttöön sekä hyväksyttäviin tunnetiloihin (Schatzki 2005). Järjestäytymisen ja kytkeytymisen viimeinen osatekijä yleisymmärrys ei sinänsä ole osa varsinaista konkreettista toimintaa, mutta se on jotain, esimerkiksi antaumusta toimintaan tai yhteenkuuluvuuden tunnetta yhteisöön, jota voi käytännön kautta ilmaista (Schatzki 1996; 2002).

Käytännöllä on myös oma ajallinen tapahtumajärjestyksensä, joka liittyy kokonaisuuden koordinointiin ja yleiseen tunnistettavuuteen. Käytäntökokonaisuuden liimaantuneen rakenteen murtaminen ja uudelleen rakentuminen edellyttää puolestaan arkipäivän kriisiä sitä, että rutiini ei enää ole toimintakykyinen (Reckwitz 2002). Käytännön rutiinimaisuus ei merkitse samankaltai-

suutta, identtistä toteutusta vaan toimien aktualisointi on aina tilannekohtaisesti muuntuva (Schatzki 2002).

Joitakin käytäntöjä, kuten lukeminen tai juokseminen, voidaan toteuttaa yksittäisen henkilön toimesta. Useimmat aktiviteetit kuitenkin sisältävät jonkinlaista ihmisten välistä vuorovaikutusta ja tietyt käytäntökokonaisuudet ovat täysin yhteistoiminnallisia, kuten erilaiset joukkuelajit (esimerkiksi muodostelmaluistelu tai pesäpallo) edellyttää enemmän ihmisiä ja ihmisten välistä yhteistoimintaa (Barnes 2001). Käytäntö vaatii siis toteuttajaansa, yksilöä käytännössä ja osana sitä. Yksilölajienkin toteutus kysyy kuitenkin käytäntöön liittyvän henkilökohtaisen taitotiedon ohella näkemystä sosiaalisesti neuvotelluista ja jaetuista sopivista tavoista toimia (McMeekin & Southerton 2007). Yksilö eli toimija näyttäytyy käytäntöjen kantajana (*träger, carrier of practice*) suorittaessaan erilaisia tekoja käytäntöön kuuluvien ajatusten, osaamisten ja halujen mukaan (Reckwitz 2002). Käytäntö ei ole yksilölle alisteinen, vaan sitä voidaan pitää ylikysilyllisenä (Foucault 1990), onhan käytäntö ymmärrettävä paitsi kantajalleen myös samaan kulttuurin kuuluvalla havainnoijalle (Reckwitz 2002). Käytännön toteutuksessa, tekemisessä eivät siten korostu yksilö vaan itse käytäntö (Schatzki 2002) sekä toiminnan ja toimijuuden materiaalis-kulttuurinen rakentuminen (Valtonen 2012). Schatzkin (2002) mukaan käytäntöä voidaankin pitää sosiaalisuuden tyyssijana (*site of social*).

Sosiaalisen käytäntöön liittyy kontekstin käsite (Schatzki 2002). Kontekstilla on kolme yleistä näkökulmaa. Ensiksi konteksti ympäröi asiayhteyttä ja siihen uppoutuneita asioita, esineitä, eliöitä tai inhimillisiä toimijoita. Toiseksi kontekstilla on kyky määrittää sen sisällä tapahtuvia ilmiöitä ja toimintaa – mitä voi tehdä. Kolmanneksi kontekstilla on omat rakenteensa, jonka luonne vaihtelee kontekstissa tapahtuvien ilmiöiden ja käytäntökokonaisuuksien mukaan, toisin sanoen sama konteksti voi mahdollistaa montaa eri toimintaa. Eräs erityinen kontekstin muoto on paikka. Paikka on se määrätty tila, jossa asiat esiintyvät ja tapahtumat tapahtuvat. Paikan käsite kertoo tapahtumien konkreettisen sijainnin ja laajemminkin ”missä” jokin tapahtuu. (Mt. 2002.)

Paikka itse on omanlaisensa fyysinen ulottuvuus, joka muovaa siinä tapahtuvaa aktiviteettia. Niin ikään fyysinen paikka on myös se valtakunta, jossa vierailevien tai asustavien ihmisten ja eliöiden elämäntilanne käy toteen. Käytäntöä ei siten voi ymmärtää irrotettuna ja irrallisena tapahtumapaikastaan, sillä kontekstin ja siinä toteutuvan toiminnan voidaan katsoa muodostavan toinen toisensa (Schatzki 2005). Käytännön toteutuksella on myös oma tilallis-ajallinen rakenteensa, sillä se toteutuu tietyssä aikajärjestyksessä ja ajallisesti muuttuvassa kontekstissa. Käytäntökokonaisuus voi myös jakaantua useisiin erityisiin toiminnallisuuden tiloihin, esimerkiksi kalan väsyttämisellä on oma ”sijansa” kalastuskilpailukontekstissa. (Ks. Schatzki 2002.) Sosiaalisuuden tyyssija toteutuu erityisesti jaetuissa käytännöissä (*shared practice*), yhteistoiminnassa toteutetuissa sanonnoissa ja teoissa. Jaetut käytännöt ovat kollektiivinen tuotos, ei henkilökohtainen saavutus (Barnes 2001).

Barnes (2001) käyttää jaetun käytännön yhteistoimintaa havainnollistavana esimerkkinä ratsuväen muodostelmaratsastusta. Muodostelmassa pysyminen edellyttää kontrollointia ja korjaustoimenpiteitä, jatkuvaa toimintojen sopeuttamista – tekojen orkestrointia. Onnistunut kollektiivisten rutiinien toteuttaminen merkitsee yksilötason rutiinien ylittämistä ja muokkaamista. Kollektiivinen jaettu käytäntö on toimintojen hedelmällistä vuorovaikutusta siten, että tulos on enemmän kuin yksilötason toimintojen vaikutusten summa. (Mt. 2001.) Barnesin (2001) mukaan meidän on käsitettävä se, että ihmiset eivät ole jaetuissa käytännöissään suuntautuneet niinkään omaan tekemiseen tai yhteiseen tekojen kohteeseen, vaan he suuntavat huomionsa toisiinsa.

Jaetun käytännön toimien toteutuksen edellytyksenä on vastavuoroinen yhteistoiminta, jossa hienovaraisesti säädellään omaa tekemistä toisten tekemiseen (mt. 2001). Yksi osa säätelyä on aktiviteetin rytmin ja ajoituksen hallinta, toteuttajien on osattava tehdä kehollisesti toteuttavia tekoja – oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa (Hindmarsh & Pilnick 2007; Hockey & Allen Collinson 2009). Esimerkki tällaisesta yhteistoiminnallisuudesta on pitkänmatkan ”yhdessä juoksemisen”, jossa kaksi pätevää juoksuharrastajaa synkronisoi juoksuaan toisen rytmeihin sopivaksi suoritukseksi (Allen Collinson 2008). He myös toimivat toinen toisensa toiminnallisen tiedon oppaina, varoittaen vaikkapa vaarallisen liukkaasta, turvattomasta, maaperästä. Tällaisen tietotaidon syntyminen ja säilyminen vaatii toteutukseen osallistumista, kokeneisuutta ja käytännön kulttuurista varantoa. (Mt. 2008.)

Yhteistoiminnallista käytäntöä toteuttavat usein suhteellisen vakiintuneet kollektiiviset keräytymät, ryhmät (Barnes 2001). Hindmarshin ja Pilnickin (2007) mukaan yhteistoiminta on kuitenkin mahdollista myös väliaikaisissa ja muuttuvissa käytännön kokoonpanoissa. He tuovat esimerkkinä esiin työvuorottain vaihtuvat kirurgisen osaston työntekijät, joiden kyky suoriutua toimista perustuu aktiviteettipohjaiseen harjaantumiseen. Yhteistoimintaan liittyy myös vallan logiikkaa (Barnes 2001) esimerkiksi hierarkkista valtaa, onhan urheilujoukkueelle omat kapteeninsa sekä päävalmentajansa ja vetouistelumiehistöllä kipparinsa, joiden päätöksiä – tehdä tai olla tekemättä – ryhmän jäsenten on noudatettava.

Jaettu käytäntö pohjautuu toisilta oppimiseen, opittuun, jota kyetään toteuttamaan joko hyvin tai huonosti sekä oikein tai väärin (Barnes 2001). Se, että käytännöt ovat jaettuja, ei kuitenkaan ole kiinni yksittäisten toimijoiden ymmärryksestä (Westling 2010). Barnes (2001) huomauttaa, että jaetut käytännöt eivät ole yksilön, vaan tietyn ryhmän kollektiivisia sosiaalisia rutiineita. Ne eivät ole muuttumattomia, esimerkiksi toimintaan liittyvä uusi taitotieto voi muuntaa muodostuvaa kokonaisuutta. Swidlerin (2001) mukaan käytännöt, jotka edellyttävät tai sisältävät sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteistoimintaa ovat myös usein muita tärkeämpiä. Ne saattavat olla jopa syy siihen, miksi muut yhteisön käytännöt ovat kehittyneet sellaiseksi kuin ovat. Yhteistoiminnalliset käytännöt omaavatkin potentiaalia toimia muita käytäntöjä ankku-roivina tekoina ja sanontoina. (Mt. 2001.)

Sosiaalisen käytännön toteutus on ennen kaikkea säännöllinen kehollinen aktiviteetti (Schatzki 2001). Kehoa liikutetaan fyysisesti ja keholla toteutetaan rutinoituneita toimia ja sanontoja. Käytännön toteutuksessa kehoa harjoitetaan toimimaan tietyillä tavoilla. Kehoa ei kuitenkaan voida pitää pelkkänä ”välineenä”, jota käyttämällä toimija kykenee toimimaan, vaan rutinoituneita tekoja itsessään tulisi kohdella kehollisina suorituksina. (Mt. 2001.) Viime aikoina teoreettisissa keskusteluissa käytäntöä on tarkasteltu kehollisen fyysisen toiminnan lisäksi myös aistillisena, jopa moniaistillisina tekoina ja aistillisina sanontoina (mm. Strati 2008; Valtonen et al. 2010). Tällöin nojaudutaan käsitykseen siitä, että aisteilla muodostetaan ymmärrystä tapahtumakontekstista ja sopeutetaan tekoja sekä toteuttavaa kehoa olosuhteisiin sopivaksi. Toimijat eivät ole ainoastaan kehollisen käyttäytymisen kantajia, vaan he ovat myös tietyn rutinoituneen ymmärryksen ja mentaalisen tahtotilan omaajia (Reckwitz 2002). Kehollinen toiminta edellyttää käytännön mentaalista ymmärtämistä ja asioiden tulkintatapoja. Tällaiset taidot ja näkemykset ovat luonteeltaan kollektiivista ja kollektiivinen ymmärrys on enemmän kuin yksittäisten mielten kokonaisuuksien sisältöjen summa (mt. 2002).

Se että tietää kuinka asia pitäisi tehdä, ei kuitenkaan merkitse toiminnan osaa-vaan toteutusta (Watson & Shove 2008). Taitavaksi kehittyminen edellyttää tiettyjen ajattelu- toimintatapojen sekä tahtotilojen harjoittelua, rutinoitumista sekä oppimista (Barnes 2001; Jalas 2006). Toiminnan toisteisuuden ja rutinoitumisen tehtävänä on toimia taitavan toiminnan tunnistamisen lähteenä (Schatzki 2002; Jalas 2006). Tunnistamisen taito on taitavaksi kehittymisen tapaan luonteeltaan sosiaalisen toisilta oppimisen tulos (Barnes 2001). Taitava toiminta pitää sisältää myös sen, kuinka tarpeistoa käytetään tietyin tavoin. Post-humanistisen näkemyksen mukaan ei-inhimillisillä tekijöillä, kuten esineillä, on toimijuutta uudelleen tuottaa tai uudentaa käytäntöjä (Jalas 2006). Esineitä voidaan pitää yhtä välttämättöminä kuin kehollista tekemistä tai mentaalista toimintaa.

Käytäntöteoreettisissa keskusteluissa ei-inhimillisten tekijöiden toimijuuden tarkastelu on keskittynyt pitkälti materiaaliin esineisiin, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (esim. Rantala et al. 2011). Tutkimukset ovat jättäneet huomioimatta esimerkiksi elävät ei-inhimilliset toimijat kuten eläimet tai kontekstiin liittyviä dynaamiset elementit (esim. sää). Käytäntökeskusteluissa esitetään viitteitä ei-inhimillisiin tekijöihin, mutta niissä jäädään kuitenkin mainintojen tasoihin. Esimerkiksi Schatzki (2001; 2002; 2005) sekä Barnes (2001) huomioivat ei-inhimillisen olion, hevosen, liittymisen käytäntöön. Hevoset omaavat toimijuutta, ne vetävät kärryjä tai niiden päällä ollaan, mutta niiden ”toimivaltaa” ei tulla kuitenkaan pohtineeksi. Eläviä eliöitä kohdellaan elottoman esineen kaltaisena kohteena – ihmisille alisteisina statisteina. Esimerkiksi kalat eivät kuitenkaan ole alisteisia ihmisille, vaan omille käytännöilleen. Toiset kalat ovat aamuvirkkuja, toiset päivätyöläisiä ja osa yökyöpeleitä. Moottorivetouistelijoiden haluamat saaliskalat etsivät itse pienempiä kaloja syötäväkseen. Ne suorittavat omaa elämää ylläpitävää pyyntikäytäntöä. Kalat eivät kuitenkaan ole täysin omaehtoisia käytännön toteuttajia.

Esimerkiksi sää ja vesistön pohjan muoto ohjaavat kalaa enemmän kuin kalan ”oma tahto”. Eri kalalajeilla onkin omanlaisensa mieltymykset vedenpinnan alaisesta hyvästä säästä. Sään roolia ei-ihimillisenä tietyn ajankohdan osana ja sitä vaihtelevana sekä käytäntöä haastavana voimana ei ole pohdittu riittävästi.

Yhteen vetäen totean, että käytäntö on erityinen, historiallinen (aikaan sijoittuva) ja jaettu ymmärrys toisteisesta tekemisestä (Reckwitz 2002; Schatzki 2001) ja tehtävään sopivista olennaisista esineistä (Jalas 2006). Tekojen rutiinien ohella huomiota kohdistetaan myös käytännön innovatiiviseen uudistamiseen ja uudelleen tuottamiseen. Uudistamistoimissa korostuu jaetut tietorakenteet ja ymmärrys siitä mikä ”vanhassa” on toiminnallisesti merkityksellistä (Barnes 2001; Gherardi 2009). Käytännöt ovat organisoituneita aktiviteettien ja ymmärryksen järjestyksiä, joiden kautta on mahdollista tehdä erityisiä tulkintoja maailmasta. Tässä mielessä merkityksiä johdetaan ja ylläpidetään käytäntöjen aktiviteeteissa ja niiden järjestäytymisessä. (Reckwitz 2002; Schatzki 2001.)

4.2 Käytäntöteoria ja kulutustutkimus

Käytäntöteorian ja kulutustutkimuksen yhdistymisestä on löydettävissä satunnaisia merkkejä takautuvilta vuosikymmeniltä. Esimerkkinä mainittakoon Douglas Holt ja hänen artikkelinsa (1995) vapaa-aikaan liittyvästä baseball-pelin kulutuksesta. Holt laajensi artikkelissaan tuolloin kulutustutkimuksessa vallinneita näkemyksiä ja kielikuvia kulutuksesta [kulutus kokemuksena (experience); kulutus integraationa (integration); kulutus luokitteluna (classification)] tuomalla esiin kulutuskäytännön leikillistä luonnetta (consuming as play) ja pelin tiimelyksessä toistuvasti muodostuvia yksilöllisiä arvokokemustoimia. Holt tarjosi näin kattavammat puitteet tarkastella kulutuskäytäntöjä ja vaihtelevia tapoja kuluttaa. Nykypäivän kulutustutkimus on jatkanut aloitettua keskustelua siitä lähtökohdasta, että monimutkaiset kulutuksen ja tuotannon toimintaprosessit ovat läpitunkeutuneet laajasti länsimaisen yhteiskunnan todellisuuteen, muodostaen elämän perustoja (Arnould & Thompson 2005; Moisander & Valtonen 2005). Useimmat käytännöt ja luultavasti kaikki yhdistävät käytännöt pitävätkin sisälleen, elleivät jopa vaadi kulutusta (Warde 2005).

Käytäntöteorian rantautuminen kulutustutkimukseen antoi kuitenkin odottaa itseään aina 2000-luvun taitteen ylitykseen saakka, jolloin tapahtui jalansijansa pitävä maihinnousu (mm. Askegaard & Linnet 2011; Gram-Hanssen 2010; 2011; Halkier & Jensen 2011; Hand & Shove 2007; Jalas 2006; Rokka 2010; Røpke 2009; Schau et al. 2009; Shove & Pantzar 2005; 2006; 2007; Valtonen 2012; Valtonen et al. 2010; Warde 2005; Watson & Shove 2008). Tutkimuksien kohteina ovat olleet muun muassa erilaiset ”tavallisen elämän” ja vapaa-ajan ilmiöt sekä niihin liittyvä kulutus, esimerkiksi: autoileminen (Warde 2005); jääkaapiton

kotielämä (Hand & Shove 2007); kalastaminen (Valtonen et al. 2010); kotitalouksien arki (Gram-Hansen 2010); laivaristeily (Korkman 2006); sauvakäveleminen (Shove & Pantzar 2005); ruokaileminen (Halkier & Jensen 2011); salibandyyn pelaaminen ja valokuvaaminen (Shove & Pantzar 2005); tee-se-itse kodin ehostaminen (Watson & Shove 2008) sekä purjeveneen kunnostaminen (Jalas 2006).

Käytäntöteoreettiset tarkastelut kulutustutkimuksessa ovat moninaisia. Varsin yleinen kiinnostuksen kohde kulutustutkimuksissa on käytännön järjestäytymisen pohdinta eli millaisia käytännön osia on liimantunut toisiinsa ja kuinka ne muodostavat käytäntökimppujen verkostoja (mm. Gram-Hanssen 2011; Schau et al. 2009; Shove & Pantzar 2005). Esimerkiksi Schau kollegoineen (2009) tunnistaa 12 erilaista käytännön osaa kuluttajien välillä tapahtuvassa brändiarvon muodostamiskäytännössä. Tutkimukset ovat kohdistuneet myös kulutuskäytännön luonteeseen, kuten sen ajallisuuteen (Jalas 2006) tai siihen kuinka hajautetuilla käytännöillä luodaan, ylläpidetään sekä muokataan kulttuurillista ymmärrystä (Valtonen 2012). Niin ikään tutkimuksissa on tarkasteltu myös käytännön toisteista luonnetta (Watson & Shove 2008) sekä sen muuttumista ja jatkuvuutta (Gram-Hanssen 2010; Shove & Pantzar 2005; 2006; 2007; Warde 2005). Moninaiset tutkimusteemat sisältävät myös erilaisia käsitteellisiä kehyksiä, joiden kautta pohditaan kulutuksen ja käytännön välisiä yhteyksiä sekä toimintojen toteuttajien osaa, kuten: arkielämä ja rutiinit (mm. Gram-Hansen 2011); ei-inhimillinen toimijuus (Jalas 2006), ympäristö ja kestävä kehitys (Jalas 2006; Røpke 2009), kuluttajien toimijuus (mm. Askegaard & Linnet 2011; Warde 2005; Watson & Shove 2008), materiaalisuus ja teknologia (mm. Gram-Hansen 2011), pätevyys ja taidot (mm. Hand & Shove 2007; Shove & Pantzar 2005; Watson & Shove 2008), ravinto (mm. Halkier & Jensen 2011), sosiaalinen erilaistuminen (mm. Warde 2005); ruumiin koko ja sukupuoli (mm. Valtonen 2012); yhteisöllinen kanssatuottajuus ja yhdessäkehittäminen (mm. Schau et al. 2009; Røpke 2009). Kulutustutkimukset ovat temaattisesti kattavia, mutta ne eivät kuitenkaan ole tarkistelleet jo peruskirjallisuuden (mm. Reckwitz; Schatzki) esille nostamaa käytännön konkreettisen toteutuksen kehollisuutta ja aistillisuutta, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (esim. Valtonen et al. 2010; Valtonen 2012).

Tutkimusmenetelmällisesti kulutustutkimuksen käytäntösuuntauksessa on sovellettu useimmiten kulttuurintutkimuksen metodeja ja aineistonkeruumuotoja, kuten muun muassa autoetnografiaa (mm. Valtonen 2012), osallistuvaa havainnointia tai luonnollista havainnointia (Schau et al. 2009; Halkier & Jensen 2011); syvähaastattelua (Watson & Shove 2008) ja visuaalisia kuvastoja (mm. Halkier & Jensen 2011). Käytäntöteoreettisesti suuntautuneissa kulutustutkimuksissa on pyritty kehittämään myös metodologisia lähtökohtia. Esimerkiksi Joonas Rokka (2010) lisää tutkimusmenetelmällistä näkemystä käytäntöjen tutkimukseen, videografian osalta. Søren Askegaard ja Jeppe Trolle Linnet (2011) esittävät yksilökeskeisen eksistentiaalisen fenomenologisen – ”lähellä olemisen” – otteen yhdistämistä käytännön tapahtumakontekstia ympäröivän taustakontek-

tin (mm. ajallinen ja historiallinen) huomioivaan otteeseen. Anu Valtonen, Vesa Markuksela ja Johanna Moisander (2010) tuovat esiin sen, kuinka aistietnografia kykenee ilmentämään käytännön toteutuksen aistikehollisia sanontoja ja tekoja. Lisäksi Kirsten Gram-Hanssen (2011) ehdottaa tulkinnallisen sosiaalisen konstruktivismiin sävyttämää analyysitapaa käytäntöteoriaan.

Käytäntöteorian ja kulutustutkimuksen teiden kohtaamisessa Alan Warden panos on ollut merkittävä (Røpke 2009), sitä voidaan syystä pitää yhtenä pääavauksena kulutustutkimuksen käytäntöteoreettisessa käänteessä (Halkier et al. 2011). Vuonna 2005 julkaistussa artikkelissa ”Consumption and theories of Practice” Warde argumentoi käytäntöteorian yleistä tarkoituksenmukaisuutta ja käyttökelpoisuutta kulutuksen analysoimisessa. Warden artikkelin (2005) ajattelun teoreettinen viitekehys nojaa pitkälti Andreas Reckwitzin ja ennen kaikkea Theodore Schatzkin mukaiseen yhdistelmään käytäntöteoriasta. Reckwitzin (2002) teoreettinen näkemys muodostuu hänen laatimaansa ”ideaalimalliin” – käytäntösikermään – joka yhdistää yhteneviä elementtejä Bourdieun, Giddensin, Foucaultin, Garfinkelin sekä Taylorin käytäntönäkemyksistä. Schatzkin (2002, 70) käytäntönäkemyks kulminoituu pitkälti Charles Taylorin töihin. Schatzkin kohdalla emme kuitenkaan voi olla unohtamatta hänen voimakkaita kytköksiään Wittgensteinilaiseen filosofiaan (mm. Schatzki 1996), jotka sisältävät ajatuksia myös Jürgen Habermasiin ja Anthony Giddensiin suuntaan. ”Site of the Social” teoksessaan (2002) hän yhdistelee aiempien tutkijoiden käytäntöteoreetikkojen lähestymistapoja (mm. Taylor, Dreyfus, Bourdieu, Giddens) niin kutsuttuihin ANT (Action-Network-Theory)-teorioihin (mm. Latour) valaistakseen sitä, kuinka esineet ja ajatukset muodostavat yhteenkietoutuneita verkostoja.

Näihin taustoihin pohjautuen Warde (2005) esittää käytäntöihin nojaavan kulutustutkimuksen sosiokulttuuriseksi avainkysymykseksi pohtia: miksi ihmiset tekevät sitä, mitä he tekevät? Schatzkin mukaisesti Warde näkee käytännön itsessään tekevän toiminnan ymmärrettäväksi. Käytännöt ja siihen liittyvä kulttuurinen varanto ovat kulutukseen liittyvien periaatteiden ohjaajia, ovathan käytännöt halujen, tiedon ja arvioiden päälähde. Warden käytäntöteoreettisena kontribuutiona voidaan pitää kulutuksen ja sen merkittävyyden esille nostamista. Tämän käytäntöteoreettisen näkemyksen mukaan kulutus tapahtuu käytännön sisällä ja käytännön vuoksi. Kulutus ei ole kuitenkaan käytäntö, vaan pikemminkin osio jokaisessa käytännössä. Tarvitseehan osaava käytännön toteuttaja käytäntöön sopivia tuotteita ja palveluita – kulutus siten yhdistää käytäntöä ja sen osa-alueita. (Warde 2005.)

Kulutussosiologi Warden esitykset ja painotukset kulutuksesta muistuttavat kulutustutkimuksen tieteenalan piirissä jo aiemmin ilmaistuja ja julkaistuja näkökantoja. Tämä voi olla yksi syy, miksi Warden tulkinta ja painotus käytäntöteoriasta on kerännyt huomiota kulttuurisen kulutustutkimuksen parissa. Warde on esimerkiksi tuonut töissään esiin tarvetta tehdä erontekoa perinteisiin näkemyksiin kulutuksesta. Tämä näkemys on tuotu aiemmin ja hienovaraisemmin esiin

kulutustutkimuksessa. Esimerkiksi näkökannassa, jossa korostetaan kulutuksen olevan paljon enemmän kuin markkinoilla tapahtuvaa vastikkeellista vaihdantaa tai tavaroiden kuluttamista (mm. Firat 1991; Pénaloza 2001). Sosiologina Warde haastaa kulutustutkimusta kritisoiden kulutustutkimuksien keskittyvän liialti näkyviin symbolisiin ja kommunikatiivisiin seikkoihin, tavanomaisten ja rutiininomaisten kulutuksen piirteiden kustannuksella. Kulutustutkimisessa on toki tarkasteltu näkyvää juhlakulutusta (mm. kiitospäivän ateria; Wallendorf & Arnould 1991) ja omintakeisia kulutusilmiöitä (mm. Ghanalaiset kuolemarituaalit, Bonsu & Belk 2003) sekä symbolista- jopa kerskakulutusta (mm. O’Cass & McEwen 2004; Schouten & McAlexander 1995). Nämä tutkimuskohteet ovat kuitenkin vain osa vallitsevaa kulutustutkimuksen kenttää. Kulutustutkimuskenttää koskettaa hyvin erilaisia aihepiirejä kattaen myös arkipäivän ilmiöiden jopa itsestäänselvyydessään helposti huomioimattomia aineksia (Arnould & Thompson 2005).

Warde (2005) tuo esiin jo aiemmin kulutustutkimuksessa ilmaistua näkemystä siitä, että kulutus ei välttämättä edellytä hankintaa. Kulutustutkimuksen mukaan kuluttaminen voidaan nähdä olevan harkintakykyisten toimijoiden prosessi, jossa tavaroita, palveluita tai tunnelmia tarkoituksenmukaistetaan ja arvotetaan (Moi-sander & Valtonen 2006). Tarkoituksenmukaistaminen voi tapahtua kulutustuotteiden käyttämisen yhteydessä. Esimerkiksi auto saa merkityksensä sitä ajamalla, jonka yhteydessä tapahtuu aina kulutusta, bensaa ”palaa” ja renkaat kuluvat tai auton ”tuunaaminen” vie aikaa. (Warde 2005.) Tarkoituksenmukaistaminen voi tapahtua kuitenkin muutenkin kuin käyttämällä, esimerkiksi autoa voidaan merkityksellistää myös sitä ihailevien katseiden avulla.

Käytännöt syntyvät, kehittyvät ja muuttuvat. Ne saavuttavat ajan myötä tiettyjä ominaispiirteitä – riippumatta siitä kuinka tavanomaisia ne luonteeltaan ovat. Shoven ja Pantzarin (2005) mukaan käytännön muuttumiseen vaikuttavat erilaiset käytännön harjoittajien ”urat” sekä uusien käytännön kantajien rekrytointi. Käytännön toteuttajalla on aina oma aktiviteettiin liittyvä elinkaarensa – oma kehityksen jatkumo – aloittelevasta osaavaan tai siitä luopuvaan tekijään (Warde 2005). Muutokset käytännön urajatkumon välivaiheissa peilautuvat myös kulutukseen ja aktiviteetin toteutukseen. Lisääntynyt aktiviteettiosaaminen ja käytäntöön sitoutuminen ilmenee yleensä myös toimintaan liittyvässä kulutuksessa, lisäinvestoinneissa, jotka puolestaan mahdollistavat erilaisia muuntuvia teon tapoja ja uusien taitojen kehittymistä (Markuksela 2009). Warden (2005) mukaan muutosta ja jatkuvuutta selittää muun muassa käytännön sisälle sisältyvä heterogeenisyys, jossa muutoksen vatureina toimivat ihmisryhmien tai luokkien eroavaisuudet. Niin ikään tuotannon ja kulutuksen kohtaamiset, kuten esimerkiksi uudet tuotteet sekä niiden omaksuminen ja soveltaminen, voivat selittää käytännön muuttumista. Muutoksen ydin on kuitenkin sitä toteuttavissa ihmisissä (Shove & Pantzar 2005; Warde 2005).

Käytäntöteorian hyödyntäminen kulutustutkimuksessa on avannut ovia uusille näkökulmille. Siihen, miten kollektiivista, yhteisöllistä kulutusta voidaan organi-

soida ja analysoida. Niin ikään tarkastelemalla kulutuskäytäntöä, vaikkapa veto-
uistelua, sen toiminnallisesti, aistillisesti ja kehollisesti nivoutuvista lähtökohdista
voimme saavuttaa hienovaraista ymmärrystä nykypäivän yhteisön muodostumi-
sesta ja ylläpidosta tapahtumakontekstissaan.

4.3 Käytäntöteoria tutkimuksessani

Käytän kulttuurintutkimuksellista käytäntöteoriaa välineenä saavuttaakseni ymmär-
rystä tietyn vapaa-ajanharrastusyhteisön jakamasta ja sitä yhdistävästä käytännöstä.
Tutkimukseni mukaan yhteisöä muodostetaan ja tehdään käytäntöä toteuttamalla.
Nojaudun tutkimuksessani erityisesti Andreas Reckwitzin (2002) ja Theodore
Schatzkin (2001) näkemysten yhdistelmään käytäntöteoriasta, kulttuurintutki-
muksen osamuotona. Näen käytännön yhteenkietoutuvan kulutuksen kanssa Alan
Warden (2005) mukaisesti ja Barry Barnesin (2001) tapaan kollektiivisena toimin-
tana. Näin huomio kohdentuu erityisesti muuttuvassa luonnon palvelumaisemassa
toteutuvan käytännön solmiuntuneisiin kehollisiin, aistillisiin, yhteistoiminnallisiin
sekä ihmisten ja ei-inhimillisten väliin tekoihin ja sanontoihin.

Tämän teoreettisen näkökulman puitteissa on mahdollista tarkastella harras-
tusyhteisön jäsenten käytäntöä joko ulkoapäin tai sisältäpäin, analysoida jopa
ääripäiden väliltä. Ulkopuolisessa tarkastelussa tutkijan huomio keskittyy käy-
tännön ”ulkopuoliseen lukemiseen”. Hän kiinnittää huomiota esimerkiksi käy-
tännön säännönmukaisuuksiin, niihin tapoihin, jotka organisoivat aktiviteettia
sekä enemmän ja vähemmän jaettuihin yhteisymmärryksiin, jotka mahdollistavat
toimintojen toistamisen (Gherardi 2009; 2011). Ulkopuolisen tarkkailun keinoin
kalastuskilpailukäytäntökokonaisuutta (entity) voidaan järjestää ajallisesti toi-
siinsa liittyviksi toiminnan jaksoiksi. Käytännön jaksottamisella voidaan tapah-
tumajärjestyksen ohella viitata myös aktiviteetin rytmiin, tempoon tai nopeuteen,
tekojen synkronointiin, keston tai pituuteen (Fine 1996; Southerton 2003).

Sisäpuolisessa tarkastelussa havainnoija on osallistuva tekijä, joka kykenee muo-
dostamaan sisältäpäin näkemystä käytännön suorittamistoimien (performance)
rutiineista, mutta myös ajallisesti ja kontekstin mukaan muuttuvista uusiutuvista
tapahtumista. Tutkija on siten osallistuva havainnoija (Tedlock 2005). Tällaiselle
tarkkailijalle on mahdollista olla osana tylsyyttä tihkuvissa odottamisen pitkäve-
teisissä jaksoissa (Ehn & Löfgren 2010) tai kiireellisissä rutiineissa, jopa luovissa
toimintaratkaisuihin (Barnes 2001; Gherardi 2009). Sisäpuoliseen havainnointiin
sisältyy myös oman kehon ”kuuntelemista”, jolloin tietoa voidaan tunnistaa sekä
peilata käytännön toimiin (Strati 2008). Niin ikään sisäinen havainnointi voi piir-
tää esiin yllättävistä tapahtumista tai tilannekohtaisista tekijöistä johtuvaa käy-
tännön sisäistä muuntuvuutta ja täydentää näin Warden (2005) näkemystä ajan
myötä tapahtuvasta vääjäämättömästä muutoksesta. Toiminnallisuuden tarkaste-

lussa sisäpuolinen tarkastelija voi olla kiinnostunut tietyssä kontekstissa tapahtuvasta kehollisesta toteutuksesta, mutta myös aistein havainnoidusta ymmärryksestä (mm. Strati 2008; Valtonen, 2012; Valtonen et al. 2010).

Tutkimukseni käsitteellistää vetouistelukilpailun, yhdistävänä käytäntönä (integrative practice) – monimutkaisena käytännön muotona (Schatzki et al. 2002). Yhdistävä käytäntö sisältää toisiinsa tarttuneita sosiaalisia ja materiaalisia asetelmia, sarjoja sanontoja ja toimintoja, taitoja sekä jaettuja näkemyksiä ja ymmärryksiä, jotka mahdollistavat kalastajien vuorovaikutteisen toiminnan sekä tuotteiden osaavan käytön (Reckwitz 2002; Valtonen et al. 2010). Kalastukseen liittyvät sanonnat ovat kommunikointia kielen esimerkiksi jargonin, erityiskielen tai kinestisen ruumiinkielen avulla. Kalastukseen liittyvät teot, esimerkiksi kalan väsytykset, on jotain sellaista jota kalastajat tekevät osana kalastuskäytäntöä aistivalla kehollaan (Howes 2005; Mordue 2009; Valtonen et al. 2010) ja tiettyjen ruumiillisten tekniikoiden avulla (Mauss [1936] 1973). Tällöin huomio kohdentuu niihin sanomien ja tekemien verkostoihin, joista käytäntö koostuu ja joissa toiminta tulee mahdolliseksi.

Tutkimukseni konkreettisena kontekstina on erilaisissa vesistöissä tapahtuvat vetouistelukilpailut. Sitoutuneille vapaa-ajankalastajille, urheilukalastajille, kilpailut ovat areenoita, joissa he osoittavat merkityksellisille toisille aktiviteettiin liittyvää kulttuurillista osaamistaan yhdistämällä, työstämällä ja luomalla uusia harrastuskäytännön tekoja. Kilpailukäytäntö on ”pakka” toimintoja, joukko tekoja ja sanontoja (mm. Schatzki 2002). Hyvin usein teot ja sanonnat, in situ, johtavat uusiin toimiin tapahtumaympäristössään (mt. 2002).

Käytännön muodostama ”toimintapakka” on erillisten tekojen ja sanontojen laaja kokonaisuus. Schatzki (mm. 2001; 2005) käyttää päämäärä (end), hanke (project) ja tehtävä (task) ilmaisuja tämän laajemman toiminta-asetelman yhteydessä. Käytännöllä on aina joukko päämääriä, joita sen toteuttajat voivat tai joita heidän tulisi tavoitella. Päämäärien tavoittamiseksi käytännöllä on niin ikään valikoima hankkeita, joita voidaan tai tulisi suorittaa. Hankkeiden toteuttamiseksi käytännöllä on myös kokoelma tehtäviä, joita tulee tai voidaan toteuttaa. (Mt. 2001; 2005.)

Kalastuskilpailukäytännön *päämääränä* voidaan pitää saaliin saamista ja menestymistä ”kilpailun leikissä” osaavien merkityksellisten toisten parissa ja silmissä. Tällöin tavoitteena on demonstroida käytännön puitteissa ilmaantuvia taitoja ja pätevyyttä (competence). Tutkimuskohteena olevien seurayhteisön jäsenten mielestä pätevyys ei ole yksittäinen onnenkantamoinen vaan suhteellisen pitkällä aikavälillä, kauden tai useiden kausien, osoitettua kilpailuosaamista (Markuksela 2009). Jaettu käytäntö pohjautuu toisilta oppimiseen, opittuun, jota kyetään toteuttamaan joko hyvin tai huonosti sekä oikein tai väärin (Barnes 2001). Veljeskuntalaisten mielipiteet vastaavat barnesilaista ajattelua. Heidän mukaan moottorivetouistelu osaaminen pohjautuu harjoitteluun, kilpailamiseen ja yhteisön jäsenyyteen. Lisensiaattitutkimukseni (2009) mukaan yhteisön jäsenet

(n=77) arvioivat omaavansa harrastukseen liittyviä erityistaitoja. Vain yksi vastaaja arvioi olevansa moottorivetouistelun vasta-alkaja. Noin 21 % arvioi taitonsa hieman harjaantuneeksi. Omat taitonsa melko paljon harjaantuneiksi arvioi noin 55 % ja 22,5 % arvioi taitonsa erittäin harjaantuneeksi. (Markuksela 2009.)

Kilpailukokonaisuus voi koostua kilpailukohtaisesti muun muassa seuraavista toimintapakan osioista: tarpeiston valmistelutoimet, automatka, veneen lasku, välineistön toimintakuntoon saattaminen, kalan ”nappaaminen”, kalan väsytytys, haavaaminen tai karkuutus, saaliskalojen punninta, palkintojenjako. Schatzki (2002; 2005) kutsuu tällaisia toimia *tehtäviksi*. Tehtävän toteutus on puolestaan usein muodostelma erinäisten toimien ja sanontojen osioista. Vavan pyyntiin laittaminen voi sisältää vieheen kiinnittämistä siimaan, vapauttamispituuden asettamista, kiinnittämistä takilaan ja laskemista tiettyyn syvyyteen.

Tehtävä erinäisten osatoimintojen ”kasautumana” on osioitaan toiminnallisempi, sillä se voi kokonaisuutena joko yksin tai muihin tehtäviin yhdistyneenä avata tietä jälleen uusille toiminnoille. Esimerkiksi vieheen pyyntiin laittaminen voidaan nähdä valmisteluna kalan väsyttämiseen ja sen haavitsemiseen. Schatzki kutsuu edellisen kuvatun kaltaista eri tehtävistä koostuvaa kokonaisuutta *projektiksi*.

Käytännön päämäärien saavuttamista tavoittelevan projektin osatehtävät voivat liittyä toisiinsa ja olla toinen toistaan seuraavia osia – toimintoketjuja. Toimintoketjun tapahtumajärjestyksen kautta voidaan määrittää myös projektin ajallisen järjestäytymisen rutiinia. Rutinoituminen on osa käytännön muodostumista, mutta käytäntörutiinin toteuttamiseen sisältyy myös joukko satunnaisia, harvinaisia tai täysin uusia sanontoja ja tekoja sekä projekteja ja tehtäviä (Barnes 2001; Schatzki 2002; 2005). Tietty ajallisesti järjestäytynyt tehtävä on sidottu tiettyyn projektiin, niin kuin tietty projekti on sidoksissa ajallisesti järjestäytyneeseen tehtävään ja muihin projektin kokonaisuuden muodostaviin osatehtäviin. Pohtiessa ajallisesti järjestäytyneitä tehtävävälivaiheita tarkastelun kohteena on vastaavasti projekti ja päinvastoin. (Schatzki 2005.)

Tutkimukseni pohtii kilpailukäytännön kokonaisuuden rakennetta (practice-as-entity) ja siinä esiintyviä toimijoita ja toimijuutta. Sen huomion kohteena ei kuitenkaan ole käytännön historiallinen muotoutuminen ja/tai sen suhteet muihin kulloinkin vallitseviin kalastuskäytäntöihin. Työni asemoituu ennen kaikkea käytöntö suorituksena (practice-as-performance) pariin ja huomio kohdentuu toiminnan kautta käytännön rakenteen rutiineihin, uudentamiseen ja performointiin. Tutkimuksen keskiössä on yhteistoiminnalliseen kilpailuun osallistuminen ja siihen kuinka jaetun käytännön haltijat osoittavat kalastamisessa sekä kalastusvälineiden käytössä ja ylipäätään uistelutoimissa vetouistelukilpailukäytännön taitamista tai taitamattomuutta.

Uistelukilpailukäytännön olennainen osa on ei-inhimillinen vesistö. Itse asiassa vesistö on luontainen osa itse uistelua, sillä ilman vettä ei ole vetouisteluaan. Vesistöllä on omat fyysiset piirteensä, niin pinnan yläpuoliset kuin pinnan

alapuoliset, joista jälkimmäinen ”maisema” on kalastamisen logiikan mukaan erityisen merkityksellinen. Esimerkiksi, se kuinka syvää tai millaisia syvänteitä vesistöstä on löydetävissä tai millainen on veden pohjan luonne. Vesistön luonne ja olomuoto on kausi- ja tilannekohtaisesti muuttuva. Sää on merkittävä vesistön ”kasvoja” muovaava toimija. Vesistön olomuoto muovaa puolestaan kilpailukäytännön toimea. Se voi mahdollistaa käytäntöä tai tehdä toiminnan vaikeaksi, jopa estää sen. Kilpailukäytäntö vaatiikin taitoa toimia ja kykyä oppia toimimaan vaihtelevissa vesistöissä. Sään ja vesistön kanssa elämisestä (coping with) tulee yksi uistelemisen sisältö ja erityinen taitojen näyttämö (Valtonen et al. 2009). Näin kilpailukäytäntö muistuttaa, ainakin etäisesti, tilannekohtaista käytäntöä (situated practice; mm. Gherardi 2000).

Eliöt kuten kalat ovat uppoutuneita vesistön syvyyteen, se on toimintaympäristö, jossa niiden elo aktualisoituu (Schatzki 2002). Kaloilla on toimijuutta, niiden kautta kilpailuja voitetaan tai hävitään ja käytännön toteutus onnistuu hyvin tai huonosti. Voidaankin ajatella että tärkeä osa ihmisen omaa kalastustoimijuutta alkaa vasta sitten kun kala on ”narrattu” tai ”narraantunut” iskemään vieheeseen. Post-humaanin käytäntöajattelun mukaisesti kalastukseen liittyvät esineet saavat tutkimuksessani toimijuutta, esimerkiksi vene moottoreineen liikuttaa kalastajia ja takiloilla lasketaan vieheitä haluttuihin syvyyksiin. Välineiden käyttäminen on uistelukäytännön edellytys ja itse käytäntö ohjaa välineiden kuluttamista ja puolestaan välineet kykenevät muuttamaan käytäntöä (ks. Warde 2005).

4.4 Käytäntöjen sidosteiset elementit

Tässä alaluvussa käsittelen tutkittavaan käytäntöön liittyviä ja sitoutuvia elementtejä: kehoa, eri aisteja ja paikkaa. Reckwitzin ja Schatzkin näkemyksen mukaan käytäntö ja sen osa-alueet ovat kehollista toimintaa. Schatzkin (1996) mukaan yksi käytännön osa-alueita yhdistävä tekijä, käytännöllinen ymmärrys, on itsessään kehollista taito-tietoa ja toiminnan toteutus vaatii osaamista kantavaa kehoa. Ihminen aistii kehollaan ja aisteilla puolestaan liikutetaan kehoa. Kaikkien urheilukalastuksen tapojen toiminnat perustuvat keholliseen liikkeeseen ja aistillisuuteen (Franklin 2001; Mordue 2009). Kehollisen liikkeen avulla liikutamme tekoja toteuttavia raajojamme tai olemme liikkumattomia. Kehollisen liikkeen (mm. huulet, suu, kieli, kurkku) avulla tuotamme myös käytäntöön liittyviä sanontoja. Näkevällä, kuulevalla, haistavalla, maistavalla sekä tuntevalla kehollamme kohtaamme ja kosketamme myös ympäröivää tapahtumaympäristöä ja jäsenämme maailmaa ymmärrettäväksi refleksiivistä toimintaa ajatellen.

Kehon ja aistimusten kautta saamme tarvitsemaamme tietoa maailmasta sekä luomme toiminnallisuuden täyttämiä suhteita käytännön aktualisoituvaan ympäristöön ja siellä majaileviin eliöihin. Kalastuskilpailua käytäntönä sekä sen mate-

riaalista tapahtumaympäristöä, vesistöä, voidaan pitää schatzkilaisena kontekstina (Valtonen et al. 2009). Vesistö on luonteeltaan muuttuva tila, joka ympäröi siinä tapahtuvaa käytäntöä sekä siellä olevien ihmisten sekä eliöiden kehoja. Käytännön toiminnoissa tilaa kulutetaan aistimalla. Aistien avulla tilaan muodostetaan ja liitetään myös merkityksiä. Kehon fyysinen liike läpi ympäristöjen linkittää aisteja ja tietämystä, se tuo yhteen menneen, nykyisyyden sekä muistot. Tällöin muovataan merkityksillä ladattuja tiloja, paikkoja (Casey 1987). Kalastustoiminnan viehätysvoima onkin aistillinen kanssakäynnin mahdollisuus luontoympäristön ja eliöiden kanssa (Mordue 2009). Tämä kanssakäymistoiminta koskettaa perusaistejamme, mutta myös liike- tasapainoaisteja.

4.4.1 Liikkuvat kehot

Suomalaisiin tieteellisiin keskusteluihin on liittynyt erimielisyyksiä sopivien termien käytöstä, erityisesti ”keho” ja ”ruumis” käsitteiden välillä (Parviainen 2006). Esimerkiksi ruumis sanaa on pidetty kuolleen ilmentymänä – raatona – ja kehoa elävänä (Rauhala 1987). Käytän tutkimuksessani molempia käsitteitä, mutta pitäydyn Jaana Parviaisen (2006) viitoittamassa näkemyksessä, joka jakaa ja jatkaa husserlimaista erontekoa ruumin ja kehon välillä. Tällöin ruumis määrittyy ihmisen tahdosta, tunteista ja ajattelusta riippumattomaksi eloperäiseksi, biologiseksi ja fyysiseksi toiminnalliseksi kokonaisuudeksi. Keho puolestaan on se osa ruumista, josta olemme tietoisia ja jota kykenemme liikuttamaan tai voimme harjoittaa taitavammaksi. Sillä on myös oma muistinsa ja muistonsa tai – puhumme siis informaatiota tuottavasta tietävästä kehosta. Esimerkiksi ruumiillinen sydän tai silmä toimii tai on toimimatta tahdostamme riippumatta. Kehollista sydäntä tai silmää kykenemme säätelemään. Esimerkiksi kehon liikkeellä, kiihdyttämällä tai hiljentämällä, vaikutamme sydämen lyöntitahtiin. Niin ikään voimme vaikuttaa näkemäämme joko avaamalla tai sulkemalla silmiämme. Keho on siis tietoinen itsestään ja erilaisin kehontekniikoiden avulla voimmekin laajentaa kehon osaa ruumista. Meillä on myös ruumista koskevaa tietoa ja siihen kohdistuvaa tiedonhankintaa kuten lääketiede ja biologia (Parviainen 2006.)

Kulttuurimaantieteilijä Paul Rodawayn (1995) mukaan ihmisten ruumiilliset kyvyt ovat vaihtelevia. Toisinaan ne omaavat kyvyn toimia moitteettomasti, mutta joskus ruumis voi olla myös pysyvästi toimintarajoitteinen. Ruumiimme on fyysisen kokonaisuutensa ohella kulttuurisesti määrittynyt, sillä on oma historiansa ja se on aina sijoittunut tiettyihin kulttuurillisesti sidottuihin käytäntöihin (Featherstone 2001).

Ruumiin, kehon, rakenteen kautta muodostamme suuntamme maailmaan nähdessä. Ruumiin maantieteellinen asema, topografia, sanelee ovatko asiat edessä vai takana, oikealla tai vasemmalla vai ylhäällä tai alhaalla. Kehon avulla myös mittaamme maailmaa, sen etäisyyksiä ja mittakaavoja. Arvioidaksemme ympäröivää suhteutamme ja vertaamme sitä ruumiimme kokoon, käyttäen sitä eräänlaisena

mittatikkuna. (Tuan 1977.) Kehon toimintakykyyn tai toimivuuteen vaikuttavat monet tekijät kuten: terveydentila, ikä, taidot (kouliintuminen ja harjoittelu), sukupuoli tai sosioekonominen asema (mm. Featherstone 2001; Rodaway 1995).

Keholla on olennainen osa aistimisessa. Itse asiassa, meillä on aistimellista tietoa vain kehosta (Parviainen 2006). Sitä itseään voidaan pitää itsenäisenä aistielimenä, joskin tässä tutkimuksessa tiedostan ruumiilliset aistit asemoiden ne tuntoaistin ”sisään” (katso 4.4.2 Solmiintuvat aistit). Ruumista voidaan pitää myös tilana, jossa muut aistit ja aivot asustavat. En tukeudu kuitenkaan descartesiläiseen näkemykseen ruumiin ja mielen kaksijaosta, jossa ruumis on materiaalinen objekti ja mieli puolestaan ajatteleva subjekti (Crossley 1995). Esimerkiksi Merleau-Ponty (2000) esittää, ettei tällaista erontekoa tule tehdä. Kehollamme on kaksi puolta, toinen on aistiva (sentient) ja toinen on tietoinen ja ymmärrettävä (sensible), eikä näitä ”kolikon” osapuolia tule erottaa toisistaan (mt. 2000). Keho löytää itsensä aina kahdelta eri puolelta, vaikka se on yksi (Parviainen 2006). Kykenemme aistimaan sekä kehollamme että kehomme, esimerkiksi lämmön kämmenissä, kylmyyden jaloissa sekä vaatteemme ihoa vasten. Niin ikään koskettaessani toisella kädelläni toista olen samanaikaisesti koskettaja ja kosketettu (Parviainen 2006).

Liikkeemme meitä ympäröivissä tiloissa pohjautuu pääasiallisesti ruumiillisesti tietävään kehoon. Liike ilmenee meille monella eri tavalla ja eri aistien välityksellä. Itse asiassa, voidaan esittää, että aistiminen pohjautuu liikkeeseen (Parviainen 2006). Esimerkiksi näkeminen liittyy ruumiilliseen silmän mykiön liikkeeseen. Silmän liike on myös kehollista, voimme kohdistaa katsetta, iskeä silmää tai sulkea ne (mt. 2006). Niin ikään Merleau-Pontyn (2000) mielestä aistiminen on käyttäytymistä ja tekoja, jotka liittyvät käynnissä olevaan käytäntöön ja sen projekteihin. Jalkapalloilija ei niinkään näe toisia kehoja tai nurmea, vaan pikemminkin pelinavauksia ja mahdollisuuksia pelata (Reckwitz 2001). Aistiva keho on aktiivinen liikkuva keho, joka on aina yhteydessä ympäristöönsä ja tämän kanssakäymisen perusta on johdettu kulttuurillisista taidoista ja tekniikoista (Crossley 1995).

Ajattelemalla kalastusta toimintana ja ennen kaikkea kalastajaa toimijana – kalastavana kehona – saavutamme näkemystä siitä, kuinka kaikki vapaa-ajan kalastuksen tavat, mutta erityisesti urheilukalastus ja kalastaminen, pohjautuvat keholliseen liikkeeseen. Esimerkiksi moottorivetouistelussa itse vene on jatkuvassa liikkeessä vesielementissä ja ”miehistön” jäsenet suorittavat kalastuskäytännön tekoja veneessä: virittivät ja käyttivät kalastusvälineistöä, tarkkailevat muuttuvaa luonnonympäristöä, sopeuttavat kehon liikettä veden liikkeeseen sekä veneen liikkeeseen ja veneen miehistön kehojen liikkeeseen sopivaksi.

Liikettä voidaan tarkastella myös kinestesia käsitteen kautta. Kinestesia viittaa elävien olentojen, erityisesti ihmiskehon toiminnallisuuteen. Se on myös kokemusta oman kehon liikkeistä. Kinesteettinen tieto ei kuitenkaan ole vain tietoa kehon sisäisistä tuntemuksista, se on myös toiminnallista vuorovaikutusta maailman kanssa. Tällöin huomio voi kohdistua liikkumattomuuteen, liikkuvaan

kehoon, liikutettuun kehoon (esim. vene), esineiden muodon tai koon muuttumiseen, kehon ja havaitsijan muuttumiseen suhteessa liikkumattomiin tai liikkuviin esineisiin, eläimiin ja ympäristöön. Kinesteettisesti kiinnittyneenä voidaan saavuttaa tietoa esineiden ja ympäristöjen taktis-kineettisestä luonteesta sekä kehon liikkumisen mahdollisuuksista ja tekniikoista. (Parviainen 2006.)

Kehon ja sen osien liike mahdollistaa tilan monivivahteisen aistillisen tutkimuskelun ja havainnoinnin sekä myös paikanvaihdokset tilasta toiseen (Rodaway 1995). Ihmisten liikettä tilassa voidaan luokitella kolmella tavalla: 1) ihminen voi oleskella tilassa, jolloin viitataan paikallaoloon tietyssä sijainnissa, mutta se voi pitää sisältää myös kehon liikettä tai liikettä maisemassa, jonkin toisen liikuttamana (esim. auto, hevonen), 2) ihmisen omaa liikettä tilassa ja 3) ihmisen liikettä paikkojen välillä, esimerkiksi matkustamista paikasta toiseen (Casey 1996).

Kehon kautta ruumiilliset ja aistilliset harrastuskokemukset mahdollistuvat. Sen avulla saavumme alati muuttuvaan luonnonympäristöön, jossa keho on kirjaimellisesti ”kosketuksessa” ympäristötilan kanssa (Rodaway 1995). Kehollisuuden avulla voidaan myös lähestyä ja jäsentää kalastustoimintaa, pohtia sen rytmejä, toisteisuutta ja rutiineita. Niin ikään kehollisessa tarkastelussa voidaan pohtia kehon ja tarpeiston suhdetta, esimerkiksi kuinka kalastajien vaatteet peittävät tai kattavat kehoa sekä millainen on liikkumisen (vene) ja liikutetun (kalastavan kehon) suhde (ks. Merleau-Ponty 2000). Seuraavassa alaluvuissa tarkastelen tarkemmin solmiintuvia aisteja sekä paikkaa.

4.4.2 Solmiintuvat aistit

Käsittelen seuraavaksi aisteja pyrkien luomaan perustaa moniaistisuuteen. Michel Serresin *solmun* metafora kuvaa hyvin aistien yhteyttä toisiinsa (Connor 2005). Solmu termillä kyetään purkamaan jokapäiväisen aistimisen monimutkaista luonnetta sekä kehollisten aistien tiheää yhtenevyyttä (Howes 2005). Sen mukaisesti mikään yksittäinen aisti ei ole toisen edellä, eikä kykene antamaan kattavaa ymmärrystä ”kokonaistarinasta”.

Nojaudun tutkimuksessani ennen kaikkea kulttuurilliseen antropologiaan (esim. Howes, Classen, Stoller, Synnott) sekä maantieteellisen (esim. Rodaway, Tuan) koulukunnan ajatuksiin aistillisista lähtökohdista. Huomioin edellisten ohella näistä vaikutteita saaneen tai muutoin aisteja sivuavan kulutustutkimuksen. Kulutustutkimuksen parissa on tarkasteltu aisteja 25 vuoden ajan ja viime vuosien myötä voidaan perustellusti sanoa sen olevan nouseva tutkimuksen kenttä (Peck & Childers 2003a; Krishna 2012). Aisteja koskettavat kulutustutkimukset ovat tarkastelleet usein joko yksittäistä aistia tai kahden aistin välistä suhdetta, kuten muun muassa haju (Krishna et al. 2010b), haju ja kosketus (Krishna et al. 2010a; haju ja ääni (Mattila & Wirz 2001); maku (Elder & Krishna 2010), näkö (Noseworthy et al. 2011); näkö ja kosketus (Krishna 2006; King & Janiszewski 2011); ääni (Bull 2002; Mitchell et al. 1995). Useampaa kuin kahta

aistielementtiä käsittelevät kulutustutkimukset ovat kuitenkin harvalukuisia (ks. kuitenkin Joy & Sherry 2003; Valtonen et al. 2010).

Aistilliset kulutustutkimukset ovat nojautuneet, ennen kaikkea fenomenologiaan (Joy & Sherry 2003), kognitiiviseen psykologiaan (Peck & Childers 2003b), neurobiologiaan [neurotieteeseen ja fysiologiaan (Elder & Krishna 2010), psykologiaan (Mitchell et al. 1995) ja ympäristöpsykologiaan (Bitner 1992)]. Näin aistilliset kulutustutkimukset tulevat korostaneeksi yksilölähtöistä suhtautumista aisteihin, ohittaen aistien ja aistitoimintojen ulottuvuuksia. Täydentääkseni tätä lähestymistapaa, nojaudun kulttuurilliseen aistiymmärryksen logiikkaan. Tällöin ei korostu niinkään yksilölliset biologiset aistinäkökulmat, vaan sosiaalisesti muovautuneet aistiymmärrykset, vaikkapa aistien ja aistiyhdistelmien käyttämisestä. Antropologiseen ja maantieteelliseen kulttuurilliseen suuntaukseen liittyy oletus (esim. Fabian, Classen, Howes, Lindstrom, Rodaway, Stoller) affektiivisen fenomenologian ensisijaisesta asemasta aistiymmärryksen tuottajana. Tutkimukseni käytänteoreettisen suuntaus ei sulje pois tutkimukseen liittyviä omakohtaisia tunteita ja kokemuksellisuuden piirteitä, joskaan ne eivät asetu tutkimuksen keskiöön. Tutkimukseni ytimeen asettuvat käytännön toimet ja sanonnat sekä aistien solmiintumat.

Ymmärtääksemme aisteja meidän on tarkasteltava *havaitsemisen* (*perception*) taustoja. Tuanin (1973) mukaan havaitseminen on kurottautumista maailmaa kohti, jolloin pyrkimyksenä on saada yhteys ympäröivään todellisuuteen. Tätä näkemystä voidaan pitää osittain yhdenmukaisena barnesilaisen käytäntönä näkemysten kanssa, jonka mukaan teoillaan ihmiset hakeutuvat toisiaan kohti. Havaitsemista on tavattu tarkistella sen mentaalisten ja aistimuksellisten ulottuvuuksien kautta. Havaitsemiseen kognitiona, mentaalisenä prosessina, sisältyy aisti-tiedon vastaanottamista, mutta myös kulttuurin siivilöimää ja sävyttämää muistelua, tunnistamista ja jäsentämistä. Mentaalinen havaitseminen on siten aisti-tietoon ja kokemukseen pohjautuvaa tulkintaa aistitusta – merkillepannun tiedostamista. Havaitseminen *aistimuksena* (*sensation*) on puolestaan aktivoituneiden aistielinten keräämän ja välittämän aistitiedon vastaanottamista. Aistimusta voidaankin pitää havaintona ilman tulkintaa, joka viittaa yleensä johonkin ominaisuuteen kuten esimerkiksi kutinaan, kylmän tuntemukseen tai värin tunnistamiseen. (Peromaa 2008; Rodaway 1995.)

Havaitseminen pohjautuu siis aistimuksiin, joiden kautta muodostetaan siteitä ja suhteita maailmaan sekä muodostetaan ymmärrystä siitä (Tuan 1973). Tällaisen näkökulman riskinä on se, että huomio keskittyy liialti havaitsemisen fyysisteknisiin puitteisiin, laiminlyöden ainakin neljää aistitoiminnalle ja havaitsemiselle tyypillistä ominaisuutta (Rodaway 1995). *Ensiksi*, havaitseminen ei ole vain yhden aistielimen yksittäisen ärsykkeen vastaanottamista. Päinvastoin, se on lukuisien eri lähteistä tulevien ärsykkeiden ja eri aistielimien kohtaamisia, jotka voivat jopa vääristellä toinen toistaan. Havaitsemisen onkin toimintana aistillisesti runsas, monimerkityksellinen sekä päällekkäinen prosessi. *Toiseksi*, havaitseminen ei ole tapahtumaympäristöstään irrallaan oleva suora tai erillinen aistiprosessi, jota

keho ja mieli suorittavat. Kanssakäynnin tila ei niin ikään koskaan ole tyhjä, se sisältää aina tiettyjä rakenteita ja pintoja, joiden läpi sekä aistiärsykkeet (Rodaway 1995) mutta myös aistivat kehot kulkevat (Casey 1996). Tämä liike voi vaikuttaa aistimukseen ja niiden havaitsemiseen. Niin ikään ympäristön olosuhteet eivät ole vakaita, stabiileja, vaan niillä on muuttuva ja vaihteleva tolansa sekä rytmensä, mikä sekin voi edesauttaa tai haitata havaitsemista (Fine 1996; Rantala et al. 2011). *Kolmanneksi*, havaitseminen on opittua ja opeteltua toimintaa. Sen vuoksi havaitsemisessa tulee ottaa huomioon aistijan tottuminen ja rutinoituminen tiettyihin ärsykeisiin tai aistijan pyrkimys herkistämään itseään toisiin aistimuksiin, vaikka harjoittelemalla. Lisäksi havaitseminen on kulttuurillisesti erityistä – taidot aistia ja havainnoida on omaksuttu sosiaalisessa kanssakäynnissä. Rodaway (1995) tuo *neljänneksi* esiin havaitsemisen ruumiillisuuden. Aistimukset välittyvät aina ruumiin tai teknologisten apuvälineiden välityksellä, esimerkiksi aistien puutteellisuutta kompensoivien esineiden silmälasien, kuulolaitteiden (Howes 2005) tai mediateknologian avulla (McLuhan 1994). Ruumis itsessään on kuitenkin enemmän kuin aistielinten ja aivojen passiivinen kantaja. Sen koko, suunta, liike ja aistillinen toimintakyky vaikuttavat olennaisesti havaitsemiseen ja ruumis itse aistielimenä tuottaa myös aistimuksia. (Parviainen 2006; Rodaway 1995.)

Howesin (2009) mukaan havaitsemisen tarkastelutavat vaihtelevat tieteenaloittain, ja niiden eroja voidaan tarkastella asettamalla ne havaitsemisen jatkumoon (kuva 3.). Tämän jatkumon alkupäätä edustaa havaitseminen neurobiologisena prosessina ja jatkumon toisessa päässä sijaitsee havaitseminen kulttuurisena prosessina. Psykologiset ja fenomenologiset tarkastelutavat asettuvat näiden ääripäiden välimaastoon. Neurobiologian näkökulmasta havaitseminen on tiedon prosessointia, joka alkaa keskushermostosta ja tieto virtaa aistielementtien ohjaamina kohti mieltä.

Neurobiologinen --- Psykologinen --- Fenomenologinen --- Kulttuurinen

KUVA 3. Havaitsemisen tieteenalakohtainen jatkumo (Howes 2009, 14).

Tämä suuntaus etenee harvemmin lähtökohdiltaan psykologis-fenomenologista tasoa ”ylemmäksi”, sitä voidaan kuitenkin kutsua alhaalta-ylös – malliksi (Howes 2009). Kulutustutkimuksen aistillinen suuntaus on ollut pitkään ja vahvasti sidoksissa tämänkaltaiseen neurobiologia-fenomenologiajatkumoon. Tätä väitettä tukevat esimerkiksi syyskuussa 2012 pidetyn viidennen Euroopan aisti ja kulutustutkimus konferenssin⁶ (ja neljän aiemman) keskeiset teemat (esim. aistielintoiminnan vaikutus havaitsemiseen; tuoteominaisuuksien tuottaminen

6. Fifth European Conference on Sensory and Consumer research. 9–12 September 2012. Berne, Switzerland

ja mieltäminen; kokonaisvaltaisen tuotekokemuksen tutkiminen) tai jo Guttmanin vuonna 1988 *Advances in Consumer Research*-aikakauslehdessä esittämä yksilöllinen, mentaalinen ja neuropsykologinen viitekehys aisteihin, erityisesti näköaistiin. Markkinoijien näkökulmasta aistit toimivat toiminnan ja ohjailun kohteina. Näihin vaikuttamalla pyritään aikaansaamaan yritykselle suotuisia kuluttajien käyttäytymismalleja ja johtopäätöksiä. Manipuloidut aistimukset ja niiden tulkinta voivat toimivat myös osin alitajuntaisina laukaisijoina, kipinäinä, jotka aikaansaavat tehokkaasti mielle yhtymiä esimerkiksi tuotteen ja laadun välille – konkretisoiden näkymätöntä näkyvämmäksi (Krishna 2012).

Antropologinen kulttuurinen suuntaus tiedostaa olemassaolomme neurobiologisen perustan ja psykologisten sekä yksilöllisten kokemusten merkittävyyden (Howes 2005, ks. myös Gosden 2001). Se korostaa kuitenkin historiallis-antropologista näkemystä, jonka mukaan aistimaailmamme on historiallinen kudelma. Aistit ja aistimukset ovat siten enemmän kuin ainutkertaisia ja henkilökohtaisia kokemuksia, ne ovat ennen kaikkea historiallisten ja kulttuuristen ehtojen mukaan muovaantuneita. Kaikki aistimukset eivät ole edes aistijan itsensä tiedostamia, vaan niihin liittyy hyvin paljon kulttuurisesti ja historiallisesti määrittynyttä tiedostamatonta aistimellista kokemista – aisteilla on siis menneisyytensä. Näin se siirtää havaitsemisen toimijuutta yksilöltä sosiaalisiin taustoihin, esimerkiksi siihen mitä ja miten on opittu. Tämän mukaan, havaitsemisen selonteossa on syytä aloittaa aistimaailman kulttuurillisen järjestäytymisen ja rakenteiden tarkastelusta, laajeten fenomenologian ja psykologian sävyttämiin katsantoihin. Tämä ylhäältä-alas-malli etenee harvemmin ”fyysisen pohjatasoon”. (Howes 2009.) Howesilaisen kulttuurisen havaitsemisen lähtökohdat ovat perustaltaan yhteensopivia käytänteoreettisesti suuntautuneen kulutustutkimuksen kulttuurisen näkemyksen kanssa, jonka mukaan kanssakäynti on sosiaalisesti ja kulttuurisesti konstruoitunut (mm. Moisander & Valtonen 2006). Käytänteoriaan nojautuva viitekehys tarjoaa antropologista kulttuurisuuntausta täydentävän näkökulman. Tämä näkökulma mahdollistaa moninaisen aistillisen kontekstin avautumisen, joka huomioi moniaistillisuuden ja ei-inhimilliset tekijät. Näiden pohjustavien havaitsemiskeskustelujen jälkeen etenen seuraavaksi varsinaisiin aistikeskusteluihin.

Aisteja on tavattu luokitella erilaisten näkökulmien kautta. Yksi perustava luokittelunäkökulma on pohdinta aistien lukumäärästä. Antiikin aikoina velloneissa keskusteluissa vallitsi varsin vähän yhteisymmärrystä aistien määrästä (Howes 2009). Esimerkiksi Platonin aistilistauksissa mainittiin näkö, kuulo ja tuoksu, makua hän ei kuitenkaan maininnut. Platon ei myöskään nimennyt luettelossaan tuntoaistia, sen sijaan hän mainitsee kyvyn aistia kylmää tai kuumaa sekä mielihyvän, epämuavuuden, himon ja pelon aistimukset. (Classen 1993.) Länsimaissa sittemmin yleistyneen ja vallitsevan aistien perusjaon näkö-, kuulo-, haju-, maku- ja tuntoaistiin katsotaan olevan Aristoteleen auktoriteetin peruja (Classen 1993). Tähän perusjaokoon liittyi myös näkemys aistien välisestä selkeästä työnjaosta ja hierarkiasta, joka on iskostunut syvälle länsimaiseen arkiajatteluun sekä tutkimukseen (Wade 2009).

Esimerkiksi tunto-, maku- ja hajuaistia on yhtäältä tavattu kohdella intti-meinä lähiaisteina (Montagu 1971/1986; Tuan 1993), jotka ovat välittömässä yhteydessä kehoon ja sen fyysiseen ulottuvuuteen – rajoittuneeseen raajallisuuteen. Toisaalta näkö- ja kuuloaisteja pidetään viileinä etäaisteina, jotka kykenevät kurottautumaan kehon fyysistä ulottuvuutta pidemmälle, tarjotessaan tietoa siitä mitä ympäröivässä maailmassa paraikaa tapahtuu (Skurnik & George 1967; Tuan 1993). Niin ikään aristoteelisessa aistien hierarkiassa näkö- ja kuuloaisti määrittyvät inhimillisiksi, maun ja tunnon asemoituessa eläimellisiin aisteihin (Synnott 1991; Vinge 2009). Hajuaisti puolestaan asettuu inhimillisten ja eläimellisten aistiluokkien välimaastoon ikään kuin niitä yhdistäväksi siteeksi, ollen kuitenkin selkeästi alempiarvoisempi kuin näkö- tai kuuloaisti (Classen 1993; Lowe 2009).

Yleisesti tunnistetut ja tunnustetut viisi aistia eivät kuitenkaan ole ainoita mahdollisia tapoja olla kytköksissä maailman kanssa (Houston & Taube 2000). Viisi-jaon perustaa ei voida pitää mitenkään luonnollisena tai itsestään selvänä. Jaottelu pohjautuu pikemminkin perinteisiin, kristilliseen tai muihin jumaluusoppeihin sekä tiettyyn tavoiteltuun määrälogiikkaan. (Classen 1993; Jütte 2005; Vinge 2009.) Esimerkiksi Aristoteleen viiden aistiluokan takana oli pyrkimys olla yhdenmukainen ja yhteensopiva viiden peruselementin (eetteri, ilma, maa, tuli, vesi) katsomuksen kanssa. Tämän vuoksi Aristoteles muun muassa sisällytti lämpötila-aistimuksen sekä kovuuden ja märkyyden tuntemukset tuntoaistiin. (Classen 1993.) Aristoteelisen viisi-jaon olemassaolon oikeutusta on perusteltu paitsi luvun kulttuurisella soveltuvuudella, myös sillä, että kutakin viittä aistista vastaa jokin fyysinen elin: silmä, korva, nenä, suu ja iho (Howes 2009; Koski & Enges 2010; Wade 2009). Viiden aistin fyysisten elinten perustavanlaatuisina eroina on pidetty myös niiden toiminnallista pohjaa joko yhteen tai kahteen aistielimeen perustuen. Tunnon sekä maun katsotaan sijoittuvan ensiksi mainittuun ja hajuaistin (sieraimet), näköaistin (silmit) sekä kuuloaistin (korvat) toiminta pohjautuu kahdessa ruuminaukossa (orifice) sijaitsevaan aistielinkokonaisuuteen. (Jütte 2005.)

Durien (2005) mukaan kuinka monta aistia ihmisellä on? – kysymykseen ainoa väärä vastaus on aristoteelinen viisi aistia. Gold (1980) esittää viiden aistin sijaan aistien lukumääräksi 10, jotka muodostuvat neljän perusaistin (näkö, kuulo, haju, maku) ohella neljästä kosketusaistin muodosta sekä kahdesta kehollisesta aistista (tasapainoaisti, liikeaisti). Durien (2005) mielestä tätä jakoa voidaan pitää konservatiivisena näkemyksenä. Hänen mukaan tutkimuksen intensiivisyyden lisääntymisen myötä tunnumme omaavan myös yhä enemmän aisteja (mt. 2005). Nykyisin varsin yleisesti ihmisaisteja katsotaankin olevan 21 tai radikaalimpien näkemysten mukaan jopa 33 (Durie 2005). Tällainen katsanto edellyttää tarkastelua paitsi viiden aistin ”yli” myös viiden aistin ”alle” (Howes 2009).

Viiden aistin *ylittäviin* keskusteluihin liittyy vaikeaselkoinen niin kutsutun *kuudennen aistin* käsite. Länsimaissa on puhuttu kuudennesta aistista viitaten ilman atomististen aistielinten apua välittyvään tietoon (Koski & Enges 2010). Aistikeskusteluissa kuudes aisti yhdistetään usein uskomuksiin, telepatiaan, sel-

vänäköisyyteen, taikuuteen tai paranormaaliin (Jütte 2005; Howes 2009; Wade 2009). Tieteellisesti dokumentoimiseen ja mittaamiseen liittyvien vajeiden johdosta ilmiöiden olemassaoloa ja siten kuudetta aistia, ei ole tutkimuksissa kiistatta todettu (Koski & Enges 2010). Kalastamisen kontekstissa uskomukset liittyvät toiminnan aktualisointiin. Taitavat uistelijat arvuuttelevat kalojen sijaintia. Näihin toimintoihin liittyy myös uskomuksia. Uistelijoiden omat taidot voidaan kumota toimeen vihkiintymättömien toimesta. Kalojen kanssa kisailu voidaan tuhota hyvän kalaonnen toivotuksella – perusta saaliskadolle on luotu.

Durien (2005) kaltainen näkemys fragmentoituneista autonomista aisteista on myös herättänyt esityksiä integroituneenpaan pohdintaan. Näiden esityksien mukaisesti eri aistien *alle* on todettu nivoutuvan erillisiä aisteja (Howes 2009). Esimerkiksi tuntoaistia voidaan pitää kokoavana käsitteenä, jonka alle lukeutuu monia aisteja, jotka toteuttavat erilaisia tiedostettuja tai osin tiedostamattomia tehtäviä (Howes 2009). Esimerkiksi kosketusaisti kattaa kaikki ihon ja tai muun kehon pinnan aistimukset.

Howes (2009) pohtii onko kuitenkaan syytä antaa viimeistä sanaa aistien havainnointikyvystä pelkästään neurobiologeille tai neuropsykologeille (mm. Durie; Gibson; Gould). Sillä aistiymmärrys maailmasta ei suinkaan ole vain fyysiseen tai psyykeen pohjautuva seikka, se on myös kulttuurisesti määrittynyt ja materiaaliseen kulttuuriin peilaantunut (Gosden 2001). Niin ikään Rodaway (1995) huomauttaa, että yksittäiseen aistiin keskittyminen tai liialliseen aistien välisten erottelujen tekemiseen sisältyy riskejä. Me kykenemme toki tunnistamaan yksittäisiä aistielimiä ja niiden toimintoja, mutta kiinnittyminen yksittäiseen aistiin voi aiheuttaa sen, että jätämme huomioimatta eri aistien yhteenkietoutumisen (mt. 1995) tai aistien tärkeyden määrittämisen, juuri sen mikä on perin tyypillistä aisteille ja kulttuurille (mm. Howes 2005).

Eri aistien yhteenkietotumista, serresmäistä solmukohtaa, voidaan avata esimerkiksi synestesian käsitteellä. Synestesia ymmärretään tavallisesti aistien yhdistymisenä, eräänlaisena unionina (Cytowic 2002). Se on ilmiö, jossa yhteen aistipiiriin kohdistuva aistiärsyke aiheuttaa toiseen tai useampaan aistipiiriin alaan kuuluvia aistimuksia. Esimerkiksi kuuloärsyke voi aiheuttaa kuulohavainnon ohella näköhavainnon (esim. väri) tai tunto-, makuaistimuksen sekä yhdistää jopa useita ellei kaikkia aisteja. Kaikkien aistialueiden aktivoituminen on tosin erittäin harvinaista. (Cytowic 2002; Rodaway 1995.) Aistien solmiintuminen ei kuitenkaan edellytä sitä, että ne ovat yhtäaikaaisesti yhteydessä toisiinsa, ne voivat olla kytköksissä toisiinsa ajallisen tapahtumajärjestyksen mukaisesti (Howes 2005).

Tunto-, haju-, kuulo- ja näköaisteilla⁷ on *viisi tunnusomaista piirrettä*, jotka toimivat paitsi yksittäisen aistin ja aistien välisten keskinäisten suhteiden tasolla (Rodaway 1995, 36). Näistä tunnistettavista piirteistä ensimmäinen on *yhteistoi-*

7. Rodaway jätti makuaistin aristoteelisen ajattelun mukaisesti vähälle huomiolle yhdistäen sen haju-aistiin.

minnallisuus. Aistit voivat kytkeytyä toisiinsa muodostaen erilaisia yhdistelmiä, joissa aistikumppanuuden lopputulemana syntyvä yhteisvaikutus ylittää yleensä yksittäisen aistin havaintokyvyn vaikutuksen (mt. 1995). Onnistuneen aistiyhdistelmän – aistisikermän – avulla voidaan siis lisätä havaintojen aistillista ja kontekstikäsityksen tarkkuutta. Eri aisti-informaatiot voivat tosin aiheuttaa ristiriitaisen kokonaisuuden, aistivääristymien, muodostumista. Toisinaan jokin aisteista voi myös menestyksekkäästi astua toisen tilalle ja toimia tämän korvikkeena. Esimerkiksi sokeutuneelle kuulo- ja tuntoaisti tarjoavat korvaavaa tietoa maailmasta (Hull 1997).

Toinen tunnistettava piirre on aistien *hierarkkisuus* (Rodaway 1995). Vaikka maailman havainnoiminen on perustaltaan moniaistinen, kaikki aistit eivät aina näyttele samanarvoista tai yhtä iso osaa, vaan eri konteksteista on löydettävissä todellisia tai näennäisiä aistihierarkioita, joissa jokin aisti voi olla määräävässä asemassa ja jotkin toiset ovat tähän alisteisia. Kontekstin mukaan aistiarvojärjestykset vaihtelevat esimerkiksi tilan käsityksen tai yö- ja päiväaika orientaation mukaan. (Mt. 1995.) Rodawayn (1995) mukaan kolmas tunnusomainen piirre on aistien järjestäytyminen peräkkäisiin aistillisiin kokonaisuuksiin – *sekvensseihin*. Tällainen näkemys ajallisiin aistijonomuodostelmiin asettautumisesta, tapahtumalogiikasta, ei itseisarvoisesti ilmennä tietyn aistin olevan toista merkittävämpi. (Rodaway 1995).

Aistijärjestyksen nimissä on esitetty ymmärtämystä ihmisten aistien määrätynlaisesta kehittämisestä. Esimerkiksi Asheley Montagu (1971/1986) esittää aistien kehittyvän tiettyssä täsmällisessä sekvenssissä. Hänen mukaan biologisen aistillisen kehityskulun järjestys on ihmisen varhaisvaiheessa 1) taktiilinen (tuntoaistiin perustuva) 2) auditiivinen (kuuloaistiin perustuva) sekä 3) visuaalinen (näköaistiin perustuva). Tämä aistijärjestyksen etusijaisuus kääntyy päinvastaiseksi aikuisiän myötä (mt. 1971/1986). Niin ikään Montagun (1971/1986) mukaan niin kutsutut lähiaistit (tunto, haju, maku) kehittyvät etäaisteja (näkö, kuulo) varhaisemmin täyteen mittaansa. Aisteihin onkin rakentunut ja rakennettu erilaisia, ajan ja eri kulttuurien saatossa, arvojärjestyksiä. Käsittelen asiaa tarkemmin luvussa 5.2 Aistietnografia tutkimusmetodina.

Rodawayn (1995) mukaan aisteihin ja aistihavaintoihin liittyy myös niiden *alkupisteensä, kynnysarvonsa*. Tämän neljännen tunnistettavan aistipiirteen mukaan eri aistit virittäytyvät toiminnalliseen tilaansa vaihtelevien suuruisten ulkoisten ärsykkeiden saattelemana. Kynnysarvojen vaihtelevuuteen ja muodostumiseen vaikuttaa biologian ohella erilaiset kulttuuriset tekijät, joiden mukaisiin aistimerkityksiin opitaan. Erilaiset totutut tavat, tai rutiinit sekä ”tuttuus” voi nostaa aistillista kynnysarvoa. Puolestaan kontekstin uutuusarvo voi madaltaa kynnysarvoja. (mt. 1995.) Viides ja viimeinen tunnusomainen aistipiirre on *vastavuoroisuus* (Rodaway 1995). Jokaisen aistien katsotaan kykenevän muodostamaan suhteen aistijan ja ympäristön sekä ympäristössä olevien asioiden ja esineiden välille. Parhaimmillaan aistien välittämä suhde voi ilmentää vastavuoroisuutta (Stoller 1994.) Etenkin lähiaisteilla on tällainen ominaisuus. Esimerkiksi toisen koskettaminen

voi merkitä myös sitä, että antaa luvan toiselle koskettaa tai kyky haistaa toisen tuoksu merkitsee sellaista likietäisyyttä, joka sallii myös toisen tekemään hajuhavaintoja aistivasta toisesta (Howes 2009; Montagu 1971/1986; Stoller 1997).

Pitäydyn tutkimuksessani aristoteelisessa viisijaossa Durienin kaltaisesta jyrkästä kritiikistä huolimatta. Tämän ratkaisun perusteena on kulttuurinen yhteensopivuus tutkimuskontekstin kanssa. Onhan tutkimuskohteena länsimainen kalastusyhteisö ja heitä yhdistävä kalastuskilpailu. Tämän kalastusyhteisön ja laajemminkin kalastusmuodon aistimaailman kulttuurillinen yhteisymmärrys ja perinne on järjestynyt näkö-, kuulo-, haju-, maku- ja tuntoaistin ympärille. En kuitenkaan kannan mukaanani aristoteeliseen ja länsimaiseen ajatteluun sisältyviä esioletuksia näkö- ja kuuloaistin ylivoimaisuudesta tai jaottelua inhimillisiin ja eläimellisiin aistiluokkiin. Tutkimukseni viisijako sisältää myös howesilaisen ymmärryksen aistien alle nivoutuvista erilaisista aisteista, aistielimistä ja tehtävistä. Aistillinen esioletukseni on kuitenkin avoin mahdollisille käytäntöön liittyville viiden aistin ylittävälle tapahtumille tai uskomuksille.

Olen tutkimuksessani kiinnostunut yhteisön toteuttamasta käytännöstä ja siihen nivoutuvasta monimuotoisesta aistillisuudesta. Pohdin työssäni myös kulttuurilliseen käytäntöön liittyviä aistitaitoja ja niihin sijoittuvia rutiineja tai innovatiivisia ratkaisuja. Rodawayn (1995) mukaisesti varon yksittäiseen aistiin keskittymistä. Tarkastellen ja huomioiden osakäytäntöihin kiinnittyviä aistien yhteistoimintaa, etsien serresmäisiä solmukohtia, jossa aistit toimivat joko yhtäaikaaisesti tai asettuvat aistijonomuodostelmiin tapahtumalogiikan ohjaamana. Niin ikään kalastuskäytännössä on löydettävistä kalastajien välistä kehollista yhteistoiminnallisuutta esimerkiksi siinä, miten kehojen liikkeet sovitetaan yhteen toisten kanssa sopiviksi. En pyri kuitenkaan pakotettuun moniaistisuuteen, vaan reflektoin kriittisesti aistien osallistumista (tai osattomuutta) käytännön toimintaan. Tutkimuksessani aisteja ei kohdella ainoastaan kohteena, jotka on eriytetty ja tosiasiallistettu tutkijalle tai tutkijan toimesta. Aistit ymmärretään yhteenkietoutuneina ja erottamattomana osana tietoisuuden muodostumisen prosessia. Tämän ymmärtäminen edellyttää sellaista metodologista oretta, joka kykenee tarrautumaan sekä pureutumaan aistimaailman moninaisuuteen (ks. tarkemmin Valtonen et al. 2010).

Aistien kautta voidaan tarkastella myös tilan ja käytäntöön liittyvän materiaallisen tarpeiston suhteita. Kalastuskilpailua toteuttava aistiva kalastava keho ja mieli on vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa, tietyn tilan, esimerkiksi vesistön kanssa (ks. Rodaway 1995; Schatzki 2002). Käytäntöä ei voida erottaa tapahtumaympäristöstään, sillä tiloissa asiat esiintyvät ja tapahtumat toteutuvat. Asiat ovat aina kietoutuneet kontekstiinsa (Schatzki 2002). Esimerkiksi vesistö tilana ympäröi kalastavia kehoja ja kalat ovat puolestaan uppoutuneet veteen (Schatzki 2002). Niin kalastava keho kuin kalatkin liikkuvat tiloissa ja eri tilojen välillä (ks. Casey 1996).

Aisteja itsessään voidaan pitää tilan jäsentäjinä ja paikan määrittäjinä (Rodaway 1995), sillä paikat aistitaan ja aistit paikannetaan – aistien avulla tilat saa-

vuttavat mielekkyyteensä ja merkityksensä (Feld 2005). Aistit ovat myös media, välittäjä, jonka kautta saavumme ja pääsemme kiinni kehollisuuteen ja materiaalisuuteen (Buttimen & Seamon 1980). Aistit avaavat uusia näkökulmia esimerkiksi tarpeiston erilaisiin rooleihin ja tehtäviin esimerkiksi kehon liikuttajina, aistien laajentajina tai turruttajina sekä välineenä manageroida tai sopeutua tapahtumaympäristön kulloiseen kontekstiin (Valtonen et al. 2009). Materiaaliset tarpeistot ovatkin olennainen osatekijä kalastuskäytännön kokonaisuudessa, ne myös muovaavat toimintaa ja uudelleenohjaavat käytäntöä (Schatzki 2005).

Aistivien ihmisten ja tarpeiston moninaisten suhteiden lisäksi kalastuskäytännön liittyy muitakin oleellisia käytännön toteuttajien ja posthumanin elementin välisiä kanssakäyntejä, joissa vaikutetaan käytännön suorittamisen kulkuun. Näistä olennaisimmat ei-inhimilliset tekijät ovat kalat ja vesistöympäristö sekä niitä ympäröivä temporaalisesti muuntuva sää. Kalastuskilpailukäytäntöön liittyy luonnollisesti tavoiteltavat saaliskalat. Niiden pyydystäminen ohjaa kilpailun logiikkaa. Kalastavat kehot liikkuvat veneidensä avustamana kalojen perässä vesistössä vallitsevan pinnan päällisen sään ympäröimänä. Sään eri olomuodot (esim. auringonpaiste, sade, tuuli, ilmanpaine) mahdollistavat tai rajoittavat kalastustoimintaa (Rantala et al. 2011; Valtonen et al. 2009) ja eri olomuodot koskevat ja haastavat myös eri aisteja (Markuksela & Valtonen 2011).

Ei-inhimillinen temporaalinen sää kuten valo, ilman lämpötila, tuulen voima ja suunta tai sade vaikuttaa paitsi kalastajien aisteihin ja toimintaan, mutta se muovaa myös veden ”pinnan alaista säätä” (mm. vedenpaine, veden lämpötila). Pinnan alainen sää puolestaan vaikuttaa niin petokalojen kuin niiden saaliskalaparvien käyttäytymiseen, liikkeeseen ja elin- ja olinpaikkaan vesistössä (Merivesi 1969). Ollakseen oikeassa paikassa oikeaan aikaan kalastavien kehojen on aistittava pinnan alaista säätä ja ounastella kalojen aistimuksia, yrittää aistia maailmaa kalojen näkökulmasta.

4.4.2.1 Näkö

Näköaistin rooli on vaihdellut ihmisten kehityshistorian aikana. Historian varhaisimmissa vaiheissa näköaistin merkitys oli vähäisempi, koska tarkkaa näkökykyä vaativia tehtäviä oli kohtuullisen vähän ja myös kehon valaistuksen vuoksi näkemisolosuhteet sisätiloissa olivat huonot. Nykypäivänä, erityisesti sähkövalojen ja lukutaidon myötä, näön aistillinen merkitys on lisääntynyt, itse asiassa selviytymisemme maailmassa edellyttää visuaalista toimintakykyä. (Jokiniemi 2007.) Näkökykyä pidetäänkin länsimaissa tärkeänä, ellei ensisijaisena tiedon keräämisen keinona (Hultén et al. 2009). Psykologi James Gibsonin (1966/1983) näkemyksen mukaan näköaistijärjestelmän huomio kohdistuu katsoomiseen. Näkeminen pohjautuu silmien sisäisien ja ulkoisien lihaksien avulla tapahtuvaan pupillien koon säätelyyn ja mukauttamiseen sekä katseen kohdistamiseen. Silmät reagoivat siten erilaisiin muotoihin valoympäristöärsykkeiden muuttuessa (mt. 1966/1983).

Näköaistin tehtävänä on tuottaa tietoa ympäristöstä: hahmottamaan sitä, tunnistamaan kiinteitä kohteita tai havaita kohteiden liikettä ja tapahtumia ja tunnistaa temporaalisuutta (mm. päivän ja yön). Näkökyvyn avulla voimme tunnistaa värien vaihtelun tai valaistuksen muuttumisen. Nämä havainnot voivat yhdistyä kokemuksiin, muistoihin ja synnyttää niihin liittyviä tunteita (Hultén et al. 2009; Seremetakis 1994). Niin ikään ihminen saa visuaalisesti palautetta toiminnastaan, jonka avulla voimme ohjata liikkeitämme. Näköaisti itsessään voi tarjota pääsyn ainoastaan asioiden pintatasoon, kaikki muut havainnot liittyvät joko muihin itsenäisiin aisteihin tai näköön yhdistyviin ”täydentäviin” muihin aisteihin (Rodaway 1995). Esimerkiksi, silmien avulla voidaan paitsi kerätä tietoa niin myös välittää tietoa, kuten katsojan kiinnostusta tai inhoa. Silmän ja käden yhteistyö on puolestaan keskeistä esimerkiksi työvälineiden käytössä (Gibson 1966/1983).

Näkemiseen osallistuvat silmien useat eri ominaisuudet kuten: näöntarkkuus, näkökenttä, värinäkö, vastakohtien havaitsemisen herkkyys, häikäisyherkkyys, silmien sopeutuminen valoon, mukautuminen etäisyyksiin, syvyysnäkö sekä silmälihasten toiminnallisuus (Törrönen & Onnela 1999 via Jokiniemi 2007). Näköaistin toimintakykyyn vaikuttavat niin ikään monet tekijät. Esimerkiksi ihmisen luontainen aistillisen toimintakyvyn rajoittuneisuus tai ikääntyminen aiheuttaa usein näköhäiriöitä. Niiden vuoksi tarvitsemme parempaa valaistusta tai näkökykyyn liittyviä apuvälineitä, kuten suurennuslaseja tai silmälasia.

Kulutustutkimuksen piirissä esineitä sekä niiden ominaisuuksia, jotka vetoavat näköaistiin ja kuvastolliseen esitysmuotoon, pidetään olennaisina kulutuskulttuurin elementteinä (Moisander & Valtonen 2006). Itse asiassa länsimaisen yhteiskunnan asukit altistuvat päivittäin tahtomattaankin sadoille kulttuurisesti koodatuille visuaalisille kuvastoille kuten esimerkiksi ulko- ja sisätilamainoksiin, neonvaloihin, tuotepakkauksiin tai käyttöohjeisiin (mt. 2006). Muodostamme näköaistimuksien ja niiden prosessointien avulla merkityksiä ja narratiiveja, jotka tarjoavat kuluttajille sääntöjä, normikäytäntöjä, ihanteita, roolimalleja sekä kulttuurista tietoa (Moisander & Valtonen 2006).

Yhteiskuntamme on kaupallistunut, mutta myös kuvallistunut. Visuaaliset kuvastot ovatkin nykypäivän representaatiojärjestelmän tärkeitä osioita, joilla ja joiden kautta muodostetaan yhteiskunnallista todellisuutta (Schroeder 2005). Ihmiset viestivät erilaisten näkyvien merkkien ja symbolien avulla. Ihmiset viestivät itsestään ja ajattelustaan erilaisten ja erityylisten vaatteiden, kampausten ja meikkien avulla tai muokkaamalla muuten kehoaan ulkoisesti. (Moisander & Valtonen 2006.) Itse asiassa kaikki kuvastot ja ulkoisesti näkyvät järjestelyt kantavat merkityksiä sekä symbolisia ominaisuuksia (mt. 2006). Fönräsin (1998) mukaan ihmissubjektit uivatkin symbolien virroissa, mutta nämä virrat myös hahmottavat heitä.

Tutkimuksien mukaan jopa 80 % saamastamme näköaistitiedosta liittyy väriin, ne ovat kiinteä osa elämäämme (Gonzales 2005). Ihmiset käyttävät värejä itsensä ja tunnetilojensa ilmaisussa, esimerkiksi värien avulla ihmiset voi lisätä

omaa ulkoasullista ja kehollista varmuuttaan. Värit välittävät myös ei-inhimillistä tietoa. Esimerkiksi räikeät värit voivat varoittaa eliön vaarallisuudesta ja tumman puhuvat pilvet puolestaan tulevasta sateesta. Ihmiset voivat myös sopeutua väreillä vallitseviin säätiloihin. Esimerkiksi talviaikaan yllä olevat tummemmat vaatteet imevät paremmin lämpöä ympärilleen kun taas kesäaikaan vaatteiden vaaleammat värisävyt auttavat ylläpitäjäänsä pysymään pidempään raikkaana. Eliöillä kuten jäniksillä vuoden ajan mukaan vaihtuvat ulkoasut voivat toimia suojaväreinä. Niin ikään monet tuotemerkit mielletään tiettyihin väreihin jopa tiedostamatta: Coca- Cola on puna-valkoinen, Pepsi on puna-valko-sininen, Kodak on keltainen. Tämä miellelyhtymä auttaa kuluttajia muistamaan tuotteen paremmin. Väreillä on piirteitä, jotka voivat vaikuttaa esimerkiksi sisutuksen yhteydessä kuluttajakäyttäytymiseen (Keating & Coltman 2009). Värien ohella valonlähteellä (mm. luonnon valo, pehmennetty keinovalaistus) ja sen intensiteetillä on merkittävä rooli näkemiseen ja mahdollisesti syntyvään tunnelmaan.

Erilaiset kuvastot voivat toimia visuaalisina johtolankoina. Omat kuvat, niiden valikointi sekä niiden esilletuonti valokuvakansioissa tai Facebookin kaltaisissa välineissä ovat olennaisia keinoja nykypäivän identiteetin muokkaamisessa, ylläpitämisessä tai vaihtamisessa. (Ks. Schroeder 1998.) Värivalokuvia, pysäytettyä tai liikkuvaa, käytetään usein mainonnassa niiden ylivertaisen huomioarvon vuoksi. Nykyiselle kulttuurille ominainen kommunikaation välittyneisyys näkyy kuvien ohella kuluttamisessa, niissä tavoissa joissa kuvat ja kuluttaminen linkittyvät merkitysten tuottamiseen, identiteetin muodostamiseen ja kommunikoinnin prosesseihin. Esimerkiksi kommunikaatio tapahtuu hyödykkeisiin kiinnittyvien symbolisten merkkien – yhä visualisoituneempien logojen ja kuvien – välityksellä. Tavaroihin kytkeytyvä kuvien kuluttaminen voidaan pitää osana prosessia, jonka tarkoituksena on koulia yksilöistä kuluttamiseen sitoutuneita kansalaisia. (Vänskä 2009.)

4.4.2.2 Kuulo

Kuuloaistia kohdellaan länsimaaisessa aistihierarkiassa tavanomaisesti toiseksi tärkeimpänä aistina. Saavathan korvamme jatkuvasti viestejä ympäristöstään, eikä ainoastaan vain valveilla ollessamme (Jokiniemi 2007). Kuulon avulla voimme aistia myös taaksemme tai kulman takana olevaa ympäristöä. Rodaway (1995) tuo esiin eron kuulemisen ja kuuntelemisen välillä. Kuuleminen on passiivista perusärsykkeiden vastaanottamista ja kuunteleminen on puolestaan aktiivista huomion keskittämistä äänimaiseman tiedonlähteeseen ja halua merkityksellistää sitä (Rodaway 1995). Passiiviset kuuloelämykset, kuten kaiku, auttavat saamaan käsitystä tilan koosta ja muista ominaisuuksista (Jokiniemi 2007). Niin ikään ihminen voi tulla kuulluksi toisten toimesta tai hän voi itse muodostaa ääntä korviemme kuultavaksi (Rodaway 1995).

Kuuloaistijärjestelmän huomio suuntautuu äänen suunnan havaitsemiseen. Tätä kutsutaan suuntakuuloksi. Sen avulla pyrimme paikallistamaan tärykalvoille saapuvan ilman värähtelyn lähteen, äänen alkuperän. Paikallistamisen apureina

voivat toimia muun muassa pään liikuttelu ja näkö, jonka avulla tarkennetaan äänilähteen sijainti. Äänen taajuus vaikuttaa kykyymme paikallistaa, esimerkiksi korkeataajuisia ääntä on helpompaa määrittää kuin matalia taajuuksia. Suunta-kuulemiseen vaikuttaa myös nykyelämämme historiallinen konteksti. Äänien määrä on kasvanut ja niiden laatu on huonontunut taustamelun, kuten autojen, musiikin, varoitus- ja äänimerkkien tai massamedian äänien vaikutuksesta.

Äänet ovat läsnä elämämme arjessa. Heräämme aamulla herätyskellon tai puhelimen äänimerkkiin. Syömme aamiaista tai pesemme hampaitamme aamutv seuranamme. Matkaamme töihin radiokanavien välillä surffaillen. Nykyteknologian myötä äänimaisema voi vaivatta, vaikkapa musiikin muodossa, seurata työn äärelle. Kotona on vaikea kuulla puhetta toisesta huoneesta tai jopa omaa ajatustaan kotiteatterin pauhatessa. Puhumme tällöin niin kutsutusta äänen peittovaikutuksesta, jossa kaksi tai useampi ääniärsyke esiintyy samanaikaisesti (Jokiniemi 2007). Toisaalta yksityisen henkilön äänimaisema voi olla ristiriidassa julkisen äänimaiseman kanssa. Esimerkiksi korvakuulokkeista tai autostereoiden kaiuttimista virtaava äänekäs musiikki voi häiritä ympäristössä valveilla olevia tai nukkuvia ihmisiä (Bull 2002; 2004).

Kuuloaistilla om merkitystä myös kuulorajoitteisille. He kykenevät myös kuulemaan, vaikka ei korvillaan. He kuuntelevat kehonsa kautta: esimerkiksi jalkojen avulla maan värinää tai kädellään esimerkiksi kävelykepin välittämää värinää. Näkövammaisilla suuntakuulon orientoiva merkitys on niin ikään korostunut. Ihmisillä, joilla on näkö- tai kuulovajetta, vahvempi näistä kahdesta aistista toimii usein toisen kompensoijana (Jokiniemi 2007).

Markkinoinnin tutkimuksissa ja kulutustutkimuksissa kuuloaistia on tarkasteltu lähinnä vähittäiskauppojen tai mainonnan äänimaailman kontekstissa. Peck ja Childersin (2008) aisteja käsittelevän kirjallisuuskatsauksen mukaan 81 tutkimuksesta 22 artikkelia liittyi kuuloaistiin. Tämä on varsin ymmärrettävää, sillä merkittävä osa markkinointiviestintää on luonteeltaan auditiivista (Krishna 2006), kuuloon perustuvaa. Kuulemme mainoksien sanomaa, lauluja ja jingle ”rallatuksia” televisiosta, tietokoneelta ja radiosta. Ollessamme yleisissä tiloissa kuten vähittäiskaupoissa tai kauppakeskuksissa, ravintoloissa, hotelleissa tai hisseissä meidät ympäröi ambientti taustamusiikki. Käyttäessämme ehkäpä yksityisesti omistamiamme tuotteita, vaikkapa Nokian kännykkää, kuulemme puhelimen käynnistytksen yhteydessä brändin ominaissävelen, signeerauksen, halusimme sitä tai emme.

Kuuloaistitutkimukset ovat tarkastelleet muun muassa musiikin vaikutusta kuluttajan mielialoihin. Esimerkiksi Bruner (1990) painotti sitä, että ihmiset liittävät tunteellisia merkityksiä musiikkiin. Nopeatempoiset kappaleet mielletään hitaampia iloisemmiksi, kuulijat kokevat tiedostamansa mukaisia kokemuksia. Niin ikään Bruner ja muut tutkijat (mm. Holbrook & Huber 1979) ovat tuoneet esiin myös musiikin rakenteellisia perusosia, ajallisuus (pituus, rytmi, tempo); sävelkorkeus sekä koostumus (äänenvoimakkuus, instrumentaalisuus), joiden manipulointi vaikuttaa kuluttajien asenteisiin ja käyttäytymiseen. Gorn (1992)

toi esiin sen, että pidettyyn tai ei-pidettyyn musiikkiin liittyvät tuntemukset kyetään siirtämään tuotteeseen klassisen ehdollistamisen keinoin. Kulutustutkimukset ovat myös arvioineet musiikin ja mainoksen yhteensopivuutta sekä siitä aiheutuvia tunnekuohuja tai muistoja (mm. MacInnis & Park 1991). Musiikin on todettu myös vaikuttavan kuluttajien tuotteen ja liiketilan arviointiin (mm. Dubé & Morin 2001; Gorn et al. 2001).

Musiikkiin liittymättömät kuulotutkimukset ovat käsitelleet kielitieteellisiä ulottuvuuksia, kuten brändinimen kognitiivisia vaikutuksia tuotearvioon (mm. Argo et al. 2010) ja äänen symboliikkaan (mm. Yorkston & Menon 2004). Sana äänenä voikin kantaa viestiä. Itse asiassa liitämme aina sanan kuultuamme siihen merkityksiä, jopa fyysisiä piirteitä äänen lähteestä. Esimerkiksi korkeataajuisesta haukusta piirtyy mielikuva pienestä sylikoirasta (Krishna 2006) tai tietynlaisesta matalasta ja tasaisesta koneen äänestä Harley Davidson moottoripyörä. Niin ikään syötävän (esim. perunalastu, näkkileipä) puraisusta syntyvä ääni on olennainen elementti myös makunautinnon syntymisessä. Tuotteiden päästämien äänien ohella brändimerkityksen mieltämiseen vaikuttavat myös ihmiset, kuten esimerkiksi tietylle radio- tai tv-kanavalle työskentelevät äänityöntekijät. Äänityöntekijöiltä edellytetään tietynlaisia tapaa puhua, esimerkiksi miespuolisen uutisankkurin maneerin on matalasävyinen ja rauhallinen ääni, joka luo uskottavuutta ohjelmaan (Dahl 2010). Kulutustutkimuksen kuuloon liittyvät tarkastelut ovat tuoneet esiin äänen monimerkityksellisyyttä. Olisi kuitenkin toivottavaa, että niissä huomioitaisiin vielä laajemmin kulutusilmiöiden äänimaailmaan liittyvää kulttuurillista ja historiallista kontekstia (ks. Blair & Hyatt 1997; Giesler & Schroeder 2006).

4.4.2.3 Tunto

Tuntoaisti on ensimmäinen aistimme, jonka kehitys alkaa jo ollessamme kohdussa. Se on myös aisteistamme viimeinen, jonka ikääntymisen myötä menetämme. Tunnon avulla löydämme itsemme ja paikkamme äidin sylissä. (Krishna & Morrin 2008.) Tuntoaisti mielletään usein käden ja sormien avulla tapahtuvaan keholliseen kosketukseen, haptiikkaan (Peck & Childers 2003a). Koskettaessamme aistimme puristamalla, työntämällä, tönimällä tai venyttämällä (Paterson 2009). Tuntoaistin havainnoima kosketus voi olla joko aktiivista tai passiivista (Jokiniemi 2007). Kun haluamme tarkentaa huomion kohteesta saatavaa tietoa, voimme aktiivisesti ja tavoitteellisesti koskettaa kohdetta. Käytämme aktiivista kosketusta esimerkiksi kun haluamme tietää, ovatko tomaatit kypsiä tai onko leipä tuoretta. Aktiivisen kosketuksen avulla tunnemme esineiden muodon, jäykkyuden, joustavuuden, tahmeuden tai pehmeuden. Aktiivisella kosketuksella voimme erotella esineitä tai eri tuntolajeja toisistaan. Ihmisellä on tarve myös koskettaa ja tulla kosketetuksi. Kosketuksella voidaan viestiä esimerkiksi välittämistä, huolenpitoa, lohduttamista, kannustamista, tukea tai vihaa. Passiivisella tuntoaistilla puolestaan voimme tuntea esimerkiksi ilman lämpötilan, kosteuden tai ilmavirran, niitä ruumiillisia tuntoja. (Paterson 2009.)

Kosketusta voidaan luokitella neljään eri muotoon: 1) globaali kosketus 2) kurottuva kosketus 3) laajennettu kosketus ja 4) kuviteltu kosketus (Rodaway 1995). Kehon ja tuntoaistin kautta olemme jatkuvasti lähiyhteydessä tilaan, puhumme tällöin globaalista kosketuksessa. Kurottuvassa kosketuksessa on kysymys siitä, että olemme raajojemme käsien ja jalkojen, sormien ja varpaiden kanssa fyysisesti yhteydessä ympäristöön – ”näemme” niiden kautta. Laajennetussa kosketuksessa on kysymys siitä, miten kosketus laajentuu ruumistamme ulommas, ei-inhimillisille osa-alueille. Kosketamme maailmaa erilaisten tavaroiden ja niihin liittyvien tehtävien kautta. Esimerkiksi vaatetuksen tehtävänä voi olla turruttaa tuntoaistiamme. Kuviteltu kosketus käsittää puolestaan sen kun muistojen ja kokemuksen avulla koskemme koskematta. Kädet voivat muistaa esimerkiksi sen, miltä tuntuu syleillä rakastaan. (Rodaway 1995.)

Tuntoon ja kosketukseen voidaan myös lukea kosketuksen ja koskemattomuuden pohdiskelua, tilallisuuden ja tilankäytön näkökulmasta. Puhumme tällöin proksemiikasta, sanattomasta viestinnästä. Proksemiikalla tarkoitetaan sitä, miten henkilö asettuu tilaan tai millainen etäisyys, suunta, tasoero tai välimatka muihin vuorovaikutustilanteen osapuoliin otetaan – onko sopivaa koskettaa tai tulla liki. Esimerkiksi Pohjois-Amerikassa on todettu löytyvän neljä inhimillisen etäisyyden perusvyöhykettä: intiimietäisyys (50 cm); henkilökohtainen etäisyys (50 – 120 cm); sosiaalinen etäisyys (120 – 122 cm) sekä julkinen etäisyys (yli 200 cm). (Rodaway 1995.) Proksemiikan kautta voidaan pohtia myös suhdetta ei-inhimillisiin näkökulmiin, kuten esimerkiksi etäisyyttä kaloihin tai kosketustamme luontoon.

Tuntoaisti on kuitenkin laajempi kokonaisuus kuin pelkästään kosketusaisti. Ihmisen kehoa kokonaisuudessaan voidaan pitää osana tuntoaistijärjestelmää (Gibson 1966/1983). Siihen lukeutuu suurin osa kehon osista muun muassa kädet sormineen, varpaat, huulet, kieli, hiukset mutta myös koko kehon ihollinen pinta (Jokiniemi 2007). Tuntoaisti käsittää kosketuksen ohella kehoa suojaavat ”suojatunnot” kuten paineen, lämpötilan tai kivun tunnistamisen, jotka estävät elimistöä vaurioitumasta (Durie 2005).

Tuntoaistiin kuuluvat myös kehon asentoja ja liikkeitä hahmottavat ”syvätunnot”, esimerkiksi lihasaisti, jänneaisti ja nivelaisti sekä kehon avaruudellista sijoitumista säätelevät tasapaino-, liike- ja kiihtyvyyasaisti (Paterson 2009). Näiden kautta orkestroidaan tasapainoa ja liikutellaan kehoa sekä raajoja asianmukaisesti, ohjaillaan motoriiikkaa, liikkeitä sekä niiden voimaa ja nopeutta. Niiden kautta pystytään myös aloittamaan ja lopettamaan liike – tai olla siihen kykenemättömiä. (mt. 2007.) Viskeraalisin eli sisäisin aistein suojaamme kehoamme, mutta niihin liittyy usein myös niitä tiedostamattomia ja osin pitkälti hallitsemattomia aistiominaisuuksia, kuten verenpaine (Durie 2005).

Kulutustutkimuksen ja laajemminkin markkinoinnin tutkimuksien parissa tuntoaisti on ajan saatossa ollut aisteistamme vähiten tutkituin. Esimerkiksi, Peck ja Childersin (2008) tekemässä kirjallisuuskatsauksessa kulutustutkimuksen aisteja koskeviin tutkimuksiin ainoastaan 10 artikkelia 81:stä liittyi tuntoaistiin.

Näissä tutkimuksissa on pohdittu muun muassa kosketusta tai koskijan ja kosketetun välistä suhdetta. Näissä tarkoituksessa Peck ja Childers kehittivät (2003a) koskettamisen-tarve-asteikon (Need-For-Touch-Scale), esittäen sen kahden skaalan (välineellinen; autotelinen) kykenevän erottelemaan yksilökohtaisia eroja siinä, kuinka ihmiset koskettavat tuotteita, toisia ihmisiä tai kuinka tuotteet koskevat toisia tuotteita. Ensimmäinen skaala, välineellinen, pyrkii mittaamaan kosketuksen toiminnallisuutta ja tavoitehakuisuutta. Välineellisen skaalan tyypillinen kysymys voisi olla: Miten hyvin asteikolla 1–5 väite ”Ainoa keino selvittää tuotteen toimivuus on ottaa se käteen.” pitää paikkansa? Autoteliselle skaalalle tyypillinen kysymys voi olla: Miten hyvin asteikolla 1–5 väite ”Koskettaminen on mukavaa.” pitää paikkansa? Autotelisellä skaalalla pyritään ilmaisemaan koskettamiseen liittyvää tunteellisuutta, kuten iloa tai pakonomaisuutta.

Kulutustutkimuksissa on etsitty tuotekohtaisia ominaisuuksia (mm. rakenne; pehmeys; paino; lämpötila) tai eroja tuotemuotojen välillä, jotka innoittavat kuluttajia koskettamaan ja kokeilemaan tuotteen sopivuutta toisia enemmän (Peck & Childers 2003b). Esimerkiksi vaatteet eroavat materiaalisilta ominaisuuksiltaan merkittävästi ja kuluttajat kokeilevat niitä käsillään ja kehollaan enemmän kuin muita tuotteita, kuten kirjoja tai cd-levyjä. Tuotteen koskettamisen onkin todettu vaikuttavan siitä tehtävään arviointiin ja mieltymyksiin (mt. 2003b). Itse asiassa, pelkkä tuotteen koskettaminen voi synnyttää omistajuuden kokemuksia kosketajassa (Peck & Childers 2003a).

Kuluttajat eroavat myös yksilökohtaisesti toisistaan, esimerkiksi koskettamisen motivaatioiden suhteen (Krishna & Morrin 2008). Niille henkilöille, joilla välineellisen ja autotelisen skaalan yhteissumma on korkea, koskettaminen on erityisen tärkeää. Tämän vuoksi tällaiset henkilöt välttelevät ostospaikkoja, kuten verkkokauppoja, joissa koskettaminen ei ole mahdollista (Citrin et al. 2003). Heille koskettamisen ja kokeilemisen mahdollisuuden puutetta on myyjän vaikeaa hyvittää (McCabe & Nowlis 2003). Tuotteiden koskettaminen lisää mahdollisuuksia heräteostoksiin (Peck & Childers 2006), ovathan kaikki ajattelematta tehdyt hankinnat liiketilassa yhteydessä koskemiseen, kuulemiseen, haistamiseen tai maistamiseen (Underhill 1999). Koskettamisen kautta tieto siirtyy helpommin muistiin, kuluttajan tietoisesta mielen, ”mustan laatikon”, käytettäväksi (Peck & Childers 2003b).

Tuntoaistia käsittelevät kulutustutkimukset ovat käsitelleet erilaisia ihmisten välisiä interaktioita, kuten henkilökunnan ja kuluttajien välistä kosketusta. Tarkastelujen mukaan henkilökunnan tietoisella, mutta huomaavaisella kosketuksella, on suotuisia vaikutuksia (mm. Krishna & Morrin 2008). Asiakkaan ja henkilökunnan välille syntyy ”lämpöä”. Asiakkaat arvostavat myös kosketusyhteyden jälkeistä palvelutapahtuman ”totuuden hetkeä” enemmän. Lisäksi asiakkaat muuttuvat avokätisemmiksi. Henkilökunta, joka palvelun yhteydessä koskettaa huomaavaisesti asiakasta saa parempaa palkkiota, juomarahaa, kuin kosketusta välttänyt palveluhenkilöstö (Crusco & Wetzel 1984). Kehollista lyhyttäkin kos-

ketusta voidaan pitää sanattoman viestinnän muotona, joka kertoo vastavuoroisesta sitoutumisesta ja arvonannosta (Hornik 1992).

Asiakkaiden välisissä sattumanvaraisissa ja suunnittelemattomissa kehollisissa kosketuksissa tilanne on kuitenkin päinvastainen. Tuotteen tarkastelun aikana tapahtuva ei-aiottu kehollinen kontakti asiakkaan ja tuntemattoman toisen asiakkaan välillä johtaa tavallisesti negatiivisiin tuotearviointeihin ja tuoteuskomuksiin sekä alentuneeseen maksuhalukkuuteen. Erityisesti epämiellyttävä on tuntemattoman miesasiakkaan kosketus, niin naisasiakkaiden kuin miesasiakkaiden parissa. (Martin 2012.) Niin ikään toisten asiakkaiden kosketukset tuotteeseen tai jopa tuotteen koskeminen toiseen tuotteeseen, vaikkapa lautasella tai sitten kauppakorissa, voi aiheuttaa saastumisen ja iljetyksen tunteita havaitsijassaan (Argo et al. 2006; Morales & Fitzsimons 2007). Konkreettisen koskemisen ohella erilaiset suoranaisesti tuotteeseen liittymättömät kosketukselliset elementit esimerkiksi suostuttelevassa ja vakuuttelevassa mainonnassa, kuten vessapaperipakan päällä nukkuvaa karitsaa, vaikuttavat rakentuviin tuotemielikuviin (Peck & Wiggins 2006).

Tuntoaistiin liittyvissä kulutustutkimuksissa on tarkasteltu myös eri aistien välistä synesthesiaa. Esimerkiksi Krishna (2006) on tutkinut aistimuodon (näköaistin ja tuntoaistin) suhdetta esineiden pituuden vaikutelmaharhaan (elongation bias). Tutkimuksen mukaan pituuden vaikutelmaharhaan vaikuttaa syvyysulottuvuus. Kahdesta tilavuudeltaan samansuuruisesta astiasta pidempi astia vaikuttaa katsojista tilavuudeltaan lyhyempää suuremmalta. Näin näköaistin toiminnan kannalta pituus on esiinpistävä ulottuvuus. Näkökyvyn puuttuessa, esimerkiksi silmien ollessa sidotut, leveys asettuu keskeiseksi ulottuvuudeksi. Kosketuksessa leveämpi astioista mielletään suuremmaksi. Molempien aistien ollessa toimintakykyisiä on näköaisti näistä kahdesta määräävämpi. (Krishna 2006.) Niin ikään tuoksuaistilla ja tuntoaistilla (mm. tuntuma- ja lämpöaisti) on omat solmukohtansa. Kulutustutkimukset ovat tuoneet esiin sen, että tuoksut voivat vaikuttaa tuntoaistiin moninaisesti, ne voivat esimerkiksi yhdistyä haptisiin havaintoihin ja jopa liittyä esineiden sukupuolelliseen merkityksellistämiseen (mm. Krishna et al. 2010a). Kulutustutkimuksen tuntoaistiin ja laajemminkin aisteihin liittyvät tutkimukset peräänkuuluttavat tarvetta tarkastella aistimusta yksittäisiä aisteja laajemmin sekä aistimiseen liittyviä kykyjä ja valintoja (mm. Peck & Childers 2008).

4.4.2.4 Haju- ja makuaistijärjestelmä

Haju- ja makuaisti toimivat kiinteästi keskenään, jos ajattelemme esimerkiksi ateriointia, ruoan tuoksu ja maku ovat toisiinsa solmiintuneita. Itse asiassa, syödessämme kourallista popcornia, on miltei mahdotonta tyytyä pelkän kielen ”makusteluun”, tunnemme nenässämme paahdetun maissin ja sulan voion erityisen tuoksun (Elder & Krishna 2010). Tuntemme popcornin myös käsiössämme ja suussamme sekä kuulemme sen pureskelusta syntyvät äänet. Makuaistin kannalta

kuitenkin hajuaisti on olennaisin solmiintuneista muista aisteista (Small & Prescott 2005). Esimerkiksi haistetut ruoantuoksut vaikuttavat makuaistimukseen ennen kuin laitamme sen suuhun ja sen jälkeenkin. Hajuaistin merkitystä makuaistimuksessa ei voi olla korostamatta, ilman hajua meillä olisi vaikeuksia erotella onko suussamme pala perunaa vai omenaa tai onko siellä viiniä vai mehua? (Herz 2007.) Monet maut ovat todellisuudessa hajuja. Sen havaitsemme ollessamme nuhaisia, jolloin hajut eivät pääse suuontelosta nenään. Aiemmat tutkimukset ovatkin yhdistäneet nämä kaksi aistia toisiinsa (mm. Gibson 1966/1983; Jokiniemi 2007; Rodaway 1995). Päädyn tutkimusraportissani saamaan ratkaisuun.

Hajut ja yhdistyvät maut eivät ole ainoastaan yksilöiden henkilökohtaisesti haju- ja makureseptorien kautta saatuja neurofysiologisia aistimuksia, ne ovat myös hajuihin liitettyjä kokemuksia ja tunteita (Classen 1997). Tuoksua voidaan pitää olennaisina sosiaalisen ja tunnepohjaisen sitoutumisen johtolankoina, esimerkiksi rakkaita kosketellaan ja nuuhkitaan. Vastasyntynyt lapsikin oppii tuntemaan äitinsä hänen tuoksunsa perusteella. Hajuaisti rekisteröi, jopa meidän tiedostamatta. Kykenemme siis huomioimaan tuoksua tiedostamatta, mutta taidamme myös tietoisien haistelemisen ja nuuhkimisen. Voimme yhtäältä myös antaa luvan nuuhkia ja tulla siten hajumerkityksi. Toisaalta tarjoamme myös tarkoituksellisesti hajusignaaleja erilaisten tuoksujen, kuten hajusteiden, avulla. (Classen 1997.) Eri kulttuureissa suositaan eri tuoksua ja makuja, niihin liitetään myös arvostuksia ja merkityksiä. Hajut ja maut ovatkin kulttuurinen ilmiö – sosiaalisesti ja historiallisesti rakentuneita ja molempiin sidottuja.

Ilmeisestä merkittävydestään huolimatta hajuaistia on kohdeltu länsimaisessa yhteiskunnassa vähempiarvoisena, se liitetään usein jopa elämellisyteen (Classen 1997). Hajuaisti on aisteistamme lähiten liitoksissa tunnereaktioihin (Bradford & Desrochers 2009). Tuoksuilla on suora hajujälki onnen tuntoihin tai nälkään; se on aistillinen kanava, jota ei voi kytkeä pois päältä (Vlahos 2007). Hajuaisti onkin aisteistamme piintynein, se on automaattisesti toimiva varojärjestelmä. Muiden aistien toimiminen edellyttää ajattelua, mutta hajun kohdalla aivot reagoivat jo ennen ajattelun vaihetta (mt. 2007). Hajuaistia pidetään myös hankalasti hallittavana, etenkin tilaorientaation kannalta. Kaikilla tiloilla on ominaistuoksunsa, sitä ei pystytä hyödyntämään järjestelmällisesti. Yhtäältä, ihminen tottuu hajuihin, mikä heikentää niiden havaitsemista (Jokiniemi 2007). Toisaalta, ympäristön hajut ovat usein hetkittäisiä ja aikaan sidottuja, hetkellinen epämiellyttävä tuoksu voi antaa leiman koko tilalle (Virtanen 2000). Eräs syy hajuaistin väheksyntään voi olla sen vaikeasti kuvattavuus, emme omaa riittävästi hajullista sanastoa, emmekä siten kykene nimeämään tiettyä hajua, kuten kykenemme ilmaisemaan erilaisia värejä. Joudumme tyytymään hajua kuvastaviin kielikuviin. (Classen 1997.)

Kulutustutkimuksen ja markkinoinnin tutkimuksien saroilla hajuaistia on tarkasteltu monimuotoisista lähtökohdista, painotus on kuitenkin ollut selvittää tuoksun vaikutusta kuluttajien tuotearviointeihin (mm. Bosmans 2006; Mitchell

et al. 1995; Spangenberg et al. 1996). Osa näistä tutkimuksista on keskittynyt tiettyjen tuotteiden ja niiden tuoksujen välisiin suhteisiin (mm. miehille kohdistettujen tuotteiden tuoksua; Schmitt & Schultz 1995). Suurin osa tutkimuksista tarkastelee kuitenkin tuoksua ambientista näkökulmista (mm. Bosmans 2006; Bradford & Desrochers 2009; Mitchell et al. 1995). Ambientti tuoksu on meitä ympäröivässä ympäristössä oleva hajumaailma, joka on läsnä mutta ei huo'u suoraan tietystä esineestä tai tuotteesta (mm. Bradford & Desrochers 2009; Peck & Childers 2008). Palvelumaiseman tuoksujen tai muiden ambienttien ainesosien, kuten musiikin tai värien, katsotaan omaavan kykyä vaikuttaa niissä olevien ihmisten muodostamiin tuotearvioihin, jopa yrityskuviin (mm. Bitner 1992) – joko ihastuttaen tai vihastuttaen. Kulutustutkimukset ovatkin pyrkineet luokittelemaan taustatuoksua, esimerkiksi: miellyttäviin/epämiellyttäviin, voimakkaisiin/heikkoihin tai miellyttäviin/neutraaleihin (esim. Spangenberg et al. 1996); tiettyihin tuoteluokkiin yhteneviksi/epäsopiviksi (mm. Mitchell et al. 1995). Niin ikään kulutustutkimuksessa on tarkasteltu taustatuoksujen vaikutusta kuluttajien kokeilunhaluun (mm. Mitchell et al. 1995) tai halukkuuteen viipyä kauemmin palvelumaisemassa (mm. Spangenberg et al. 1996). Yksi yleinen tutkimussuuntaus kulutustutkimuksessa on tarkastella taustahajun (mm. Morrin & Ratneshwar 2003) tai tuotteen tuoksun herättämiä muistoja (Krishna et al. 2010b), jotka voivat toimia mieleen palauttavana kytköksenä tuotteen, mielialan ja ajatteluprosessin välillä.

Aistijärjestelmän toista osiota, makuaistia, on pidetty aistiantropologiassa ja aistimaantieteessä henkilökohtaisena ja omintakeisena sekä erikoislaatuisena (Borthwick 2000; Korsmeyer 2002). Makuaisti asemoituu hajuaistillekin alisteisena ja muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (esim. Stoller) tutkijat ovat perinteisesti jättäneet sen tieteenfilosofisten pohdintojen ulkopuolelle. Makuaistin ei ole katsottu pystyvän tuottamaan käsitteellistä tai luokittelevaa ymmärrystä, tavoittamaan valtavirran janoamaa objektiivisuutta, järkevää kuvaa, jossa ”itse” erottuu ”toisesta” ja ”subjekti” ”objektista” (Borthwick 2000). Erottelukyvyyn puutteesta johtuen makuaistia ja sen tutkimista pidettiin hölynpölynä – ”höpöoppina”. Näin makuaistin aromeilta ja rakenteilta riisutaan aistillinen merkitys. Tästä johtuen tiedämme varsin vähän ihmisen suun vastaanottamasta sekä huulten ja kielten kautta nautittujen aineksien makuaistimuksista.

Tieto ihmisen kyvystä erottaa perusmakuja on täydentynyt vasta 1900-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä. Tuolloin neljän klassisen maun makean, suolaisen, karvaan, happaman (Lindemann 2001) lisäksi japanilainen tutkija Kikunae Ikeda toi esiin uuden perusmaun, umamin (Lindeman et al. 2002). Se on raaka-aineen tai ruoan maku, jota Suomen kielellä kuvaa parhaiten sana ”maukas” tai ”herkullinen”. Niin ikään tiedämme, että makuaistimusta määrittävät muun muassa ruokailijan nälän tunne ja ruoan pintarakenteen muoto tai koostumus (Jokiniemi 2007) sekä sen lämpötila. Yksi ja sama ruokahan voi maistua lämpimänä maukkaammalta kuin kylmänä tai vastaavasti jokin toinen ruoka on

parhaimmillaan kylmänä. Tämä kertoo lämpötilan merkityksestä makujen muodostumisessa. (Ks. de Araujo & Rolls 2004.)

Aistillisen käänteen myötä syntynyt kritiikki tieteen erottelukyvyn ja objektiivisuuden metafysiikan vaateita kohtaan on nostanut esiin niin maku- kuin hajuaistin merkitystä. Kritiikin perusteluna on esitetty sitä, että subjektiivisina pidetyt maku- ja hajuaisti pystyvät tavoittamaan eri tutkimusasetelmista käsin nykymaailman aistillisuutta. Luopumalla positivistisiin oletuksiin pohjautuvista naturalistisista lähtökohdista ja siirtymällä arkipäivän käytäntöjen rutiineihin voimme valaista, kuinka haju- ja makuaisti kykenevät luomaan yhteisöllisyyttä tai sitä kuinka nykypäivän yhteisöllisyys voi myös etäännyttää esimerkiksi maku-aistia. (Borthwick 2000; Korsmeyer 2002.) Makuaistin merkitystä korostavien puheenvuorojen mukaan se on hammaspaikan kaltainen sidosaine, joka yhdistää aistiosioita toisiinsa (Krishna et al. 2010a). Vastaavasti makuaistimukset itsessään, esimerkiksi hienovaraisten makujen tunnistamiset, toteutuvat harvoin yksittäin ja ainoastaan kielen makusilmujen avulla (mt. 2010a). Se, mitä me pidämme ”maukkaana” voikin olla pitkälti riippuvainen muista aisteista. Itse asiassa, mikä tahansa ruoan tai juoman ”maistaminen” on enemmän ja vähemmän viiden aistin yhteistyötä: haju (esim. ruoan tai juoman tuoksu); tunto (esim. ruoan lämpötila, rakenteellinen täyttyvyys, mausteisuudesta aiheutuva kiputila); näkö (esim. ruoan asettelu); kuulo (esim. samppanjapullon aukaisu).

Kulutustutkimuksessa on tarkasteltu makuaistia varsin runsaasti ja tutkimuksien aihepiirit ovat moninaiset kuten: makutestit ja niiden järjestäminen; maku ja tuotenäytteet; maku ja johtolangat; makuaistimuksen ilmaiseminen (ks. hyvä katsaus Peck & Childers 2008). Makutestien järjestämisen perustavina tutkimustehtävinä on ollut tutkia ja vertailla erilaisia tapoja toteuttaa makuarviointia. Tutkimuksien tavoitteena on ollut myös pyrkiä selvittämään, mikä kykenee erottelemaan parhaiten kuluttajien kykyä tunnistaa tai löytää erilaisia makuja (esim. Buchanan et al. 1987). Tällaiset tutkimukset voivat kumuloiden tuottaa tietoa yhtäältä joko omien tai kilpailevien tuotteiden vertailutuloksista (Maison et al. 2004). Toisaalta testien avulla voidaan tunnistaa niitä yksittäisiä kuluttajia tai kuluttajaryhmiä, jotka parhaiten kykenevät erottelemaan makuja (Peck & Childers 2008). Makutestien asiayhteydessä on tarkasteltu (Vannini et al. 2010) myös sitä, kuinka abstraktia makuaistimusta ja makumieltymyksiä voidaan ilmaista ja esittää makutestitapahtumaan osallistuville toisille ihmisille. Niin ikään makutestien yhteydessä on tarkasteltu tuotteeseen liittyvien materialististen ulottuvuuksien (esim. viini maistuu paremmalta lasista nautittuna) osallisuutta sosiaalisessa tapahtumassa (mt. 2010) sekä testattavaan tuotteeseen liittyvien kulttuurillisten symbolien vaikutusta (Allen et al. 2008).

Maku- ja tuotenäytteiden yhteydessä on paneuduttu näytteisiin liittyviin ongelmiin, kuten kuluttajien luvattomaan omankädenoikeuteen pohjautuvaan tuotenäytteiden ottamiseen (Johnson et al. 1985). Tutkimuksissa on selvitetty myös tuotenäytteiden häiriöttömän tai keskeytetyn maistamistilanteen vaikutuksia

kulutuskäyttäytymiseen (Shiv & Novlis 2004). Tarkastelut ovat selvittäneet tuotenäytteiden maistamisen vaikutuksia käyttäytymiseen erilaisissa asiakasryhmissä, kuten ylipainoisten ja normaalipainoisten keskuudessa (Steinberg & Yalch 1978).

Makua ja niitä enteileviä johtolankoja (cues) käsittelevät tutkimukset ovat tuoneet esiin sen, kuinka makuaistimukset ovat alttiita erilaisille ulkoisille voimille. Esimerkiksi mainoksiin sisältyvillä uskottavilla moniaistisilla elementeillä on todettu olevan suotuisia vaikutuksia makuaistimukseen ja mieltymyksiin (Krishna & Morrin 2008). Hyvä brändi-imago tai kuvaileva brändi-nimi edesauttavat positiivisen makuaistimuksen syntymistä (Maison et al. 2004). Myös tuoteominaisuudet kuten mehun väri (Hoegg & Alba 2007) ja tuoteinformaatio, kuten lihan osuus tuotteesta ovat hyvän makukokemuksen muodostajia (Levin & Gaeth 1988).

Kalastuskilpailukäytännössä hajuaisti toimii sekä itsenäisesti että yhdistyneenä makuaistiin. Itsenäisellä hajuaistilla ilmaa tuoksutellaan, josko se haisisi kalalle, tuulelle tai sateelle. Makuaisti liittyy kilpailukäytäntöä suorittavan ruumiin toiminnallisuuden ylläpitoon. Toimintakyky kytkeytyy pitkälti ruoan syömiseen ja nesteen juomiseen. Ruoan ja juoman yhteydessä hajuaisti yhdistyy makuaistiin.

4.4.3 Muuttuva paikka

Kulutustutkimuksen parissa tutkimukset ovat käsitelleet erilaisia palvelujen tiloja ja niissä tapahtuvaa toimintaa kuten asiakkaan ja asiakaspalvelijan palvelukohtaamisia (mm. Price et al. 1995). Tutkimukset ovat kohdistuneet eksoottisiin aavikkotaidetapahtumiin (mm. Kozinets 2002a) kuin arkisempiin hetkellisiin tapahtumiin kuten kirpputoreihin (Sherry 1990) tai ruotsinlaivareiteilyihin (Korkman 2006). Tilojen tarkastelut ovat käsitelleet niin julkisia (esimerkiksi ostoskeskuksia mm. Sandıkçı & Holt 1995) kuin yksityisiäkin tiloja (mm. kodissa tapahtuvaa juhla-ateriointia Wallendorf & Arnould 1991).

Yksi merkittävimmistä kontribuutioista kulutustutkimuksen ja laajemmin markkinoinnin tilakeskusteluihin on palvelumaiseman (servicescape, Bitner 1992; Booms & Bitner 1981) käsite. Alun perin palvelumaisemalla viitattiin ihmisen tekemään ”rakennettuun ympäristöön” – luonnollisen ja sosiaalisen ympäristön vastakohtaan (Bitner 1992). Bitneriläinen palvelumaisema sisältää fyysisten puitteiden lisäksi ambient ympäristön (mm. musiikki, värit, tuoksut), toiminnallisuuden, opasteiden sekä symbolien ja artefaktien sommittelun. Nämä tekijät voivat vaikuttaa niin asiakkaiden kuin työntekijöiden kanssakäyntiin tilassa – positiivisesti tai negatiivisesti (ks. mt. 1992). Hieman myöhemmin teoretisointi laajentui koskettamaan myös rakentamattomia ympäristöjä, esimerkiksi luontoa, lisäten myös ne palvelumaiseman osamuodoiksi (wilderness servicescape, Arnould & Price 1993). Niin ikään kulutustutkimuksissa tilaa on pohdittu fyysistä ulottuvuuttaan laajemmin, esimerkiksi tarkastelemalla tilaa antropologisen liminoidialue -käsitteen kautta. Näin tehden siitä muodostuu

välitila, jossa mahdollistuu ”aikalisän” ottaminen ja arjesta erkaantumisen (Ahola 2007; ks. tarkemmin Valtonen 2004).

Markkinoinnin tutkijat sekä kulutustutkijat ovat muutamaa poikkeusta huolimatta (esim. Aubert-Gamet & Cova 1999; Jyrinki et al. 2006 ⁸) omaksuneet kulttuurimaantieteellisen ja humanistisen maantieteen (mm. Camus; Casey; Tuan; Feld & Basso) näkemyksen tilan ja paikan käsitteistä. Tila on paikkaa abstraktimpi käsite, se on areena, jonka spatiaalisissa, kulttuurillisissa, temporaalisissa ja tilannekohtaisissa puitteissa toiminta aktualisoituu, mutta se voi myös viitata ihmisen itsensä mielentilaan, jopa maailman tai ympäristön tolaan (Casey 2001). Paikan käsitteeseen nykypäivän maantieteellisessä tutkimuksessa sisältyy sijainti ja liike (Relph 2004) sekä avoin ja jatkuva vuorovaikutuksellinen merkityksien tuotantoprosessi (Bender 2006). Nämä näkemykset ovat pitkälti yhteneviä tutkimukseni käytäntöteoreettisen kontekstin termin (mm. Schatzki 1996) kanssa.

Maantieteellisissä ja erityisesti matkailun tutkimuksessa maiseman (landscape) käsite on liitetty paikkaan. Maisema tarjoaa ikään kuin ”kasvot” paikalle, luoden yhtymäkohtia, viitteitä, nähtävillä oleviin paikan piirteisiin (Relph 2004). Ainoastaan paikoilla on maisemia. Maisema itsessään voi muodostua useista paikoista, jotka yhdessä ilmentävät paikkakokonaisuutta. (Casey 2001.) Maisemat tarjoavat mahdollisuuksia ihmisten ja paikan välisille vuorovaikutuksille, jaetuille kokemuksille (Bender 2006). Maisemaa on tavattu pitää suhteellisen stabiilina matkailijoiden katseiden kohteena. Tällainen visuaalisen elämyksen korostaminen, muiden aistien ja keuhollisuuden kustannuksella, alentaa paikan kokemisen vain nähtävyyksien katseluksi. Matkailututkimuksen performatiivinen suuntaus korostaa visuaalisuuden sijaan ihmisten, esineiden ja paikan välisen kanssakäynnin aistillista ja keuhollista luonnetta. (Urry & Larsen 2011.) Näkemys kanssakäynnin luonteesta on yhtenevä tutkimukseni viitekehyksen kanssa, tosin tutkimukseni korostaa paikkaa käytännön näkökulmasta. Tämän mukaisesti maisema on ennen kaikkea ”käytännön konteksti”. Tutkimukseni asiayhteydessä se on osin näkemätön pinnanalainen vesistömaisema, jota muodostetaan toimintaa toteuttavien keuhollisten tekojen ja sanontojen sekä materiaalistien (esim. kaiku-luotain) elementtien kautta.

Tutkimukseni nojaa siihen, että harrastamisen toteuttamisen tilat ja erityiset paikat ovat luonteeltaan heterogeenisiä ja dynaamisia (Valtonen et al. 2009). Erityisesti luonnontiloissa nämä piirteet on selkeästi esillä. Suhteellisen rakentamattomassa ympäristössä on väliä minkälaisen luonnontilan (mm. vesistön, metsän, suon, aavikon) kanssa olemme tekemisissä. Esimerkiksi, eri vesistömuotojen kuten meren, järven, joen tai mertenkurkun välillä on selkeitä eroavaisuuksia.

8. Aubert-Camet & Cova käyttävät tilan (space) ja paikan (place) käsitteitä vaihtelevasti kohdellen niitä synonyymeinä, lisäksi he kirjoittavat merkityksettömästä paikasta (non-place). Jyrinki kollegoineen kääntävät vastoin yleisempää tapaa paikan (place) muuttuvan persoonalliseksi ja subjektiiviseksi tilaksi (space).

Kukin vesistömuoto on myös sisäisesti heterogeeninen. Vesistöt ovat biograafisesti vaihtelevan syviä, karikkoisia tai maisemaympäristöltään muutoin eriäviä – sisäistä identtisyyttä ei esiinny. Voimmekin ajatella vesistöä ja sitä ympäröivää muuta ei-inhimillistä järjestystä tilana, erityisenä luonnon palvelumaisemana. Niin ikään kuten jo edellä on tuotu esille tilannekohtaiset tekijät muovaavat luonnon palveluympäristön moninaisia kasvoja ja niiden ilmeitä. Vesistö on palvelumaisemana luonteeltaan alati muuttuvana, *suhteellisena tilana*. Kuten edellä on jo todettu, suhteellisen tilan perusajatuksena on kohteiden, tapahtumien, ihmisten ja myös artefaktien vuorovaikutus keskenään, joka on sidottu aikaan ja prosessiin (Franklin 2001; Mordue 2009; Schatzki 2002).

Tutkimuksessani paikan merkityksellistäminen on ennen kaikkea toimintaa (ks. Camus 1955, 88 via Basso 1996, 148). Tilasta muodostuu paikka käytäntöjen kautta; tila on siten käytäntöjen paikka (de Certeau 1984, 101) – paikkaa tehdään tilassa olevien teoilla. Paikka yhtäältä määrittyy toteutettavassa käytännössä ja toisaalta paikka ja sen muuttuvat piirteet – voimat – määrittävät voiko jokin käytäntö tapahtua kontekstissaan (Schatzki 2002). Näissä toiminnoissa tilaa kulutetaan aistimalla ja merkityksellistetään kehollisissa ja moniaistillisissa käytännöissä. Näkö ja kuuloaistin ohella kokonaisuuden ymmärtämiseksi on huomioitava myös tunto-, haju- ja makuaisti.

Näen tilan henkilökohtaisena ja yhteisöllisenä tilana. Kyse on kontekstista, joka liittyy nimenomaan paikan merkitykseen, joka on joko henkilökohtaisesti tai sosiaalisesti tuotettu (ks. Madanipour 1996). Se ei rajoitu maantieteelliseen alueeseen. Tällaista paikkaa, palvelumaisemaa, kulutetaan aistimalla ja kehollisissa sekä moniaistillisissa käytännöissä, joissa merkitysvapaa luonnontila muovautuu kulttuurillisesti erityiseksi dynaamiseksi paikaksi – *aistimaiseman (Sensescape) käsitteeksi*. Voidaan sanoa, että aistimaisema, liimaa yhteen ihmiset, tuotteet sekä sosiaaliset suhteet.

5. Aistietnografinen metodologia

5.1. Etnografinen tutkimus

Etnografia mielletään yleisesti prosessimaiseksi tutkimusmenetelmäksi, mutta myös tuon prosessin lopputuotteeksi, tutkimusraportiksi tai muuksi etnografiseksi kirjoitukseksi (Clifford & Marcus 1986; Marcus & Fisher 1999; Tedlock 2003; Van Maanen 1988). Etnografian liitetään etenkin antropologian, sosiologian ja kulttuurin tutkimuksen tieteenalaa (Moisander & Valtonen 2006, 45, 47), ja sitä pidetään yhtenä vanhimmista yhteiskuntatieteellisistä tutkimusmetodeista (Elliot & Jankel-Elliot 2003).

Barbara Tedlockin (2003) mukaan etnografian kantajuurien katsotaan löytyvän 1800-luvun lopulta. Tuolloin antropologien harjoittamassa etnografioissa (nojatuliethnografia, verantethnografia) ei esiintynyt varsinaista kenttätöitä, in situ (kts. esim. Ferraro 2008; Tedlock 2003.) Näitä etnografian alkumuotoja voidaan kutsua mukavuus-etnografioiksi. Aidossa ympäristössä tapahtuvaan varsinaiseen pitkään kenttätööhön perustuvan etnografian katsotaan syntyneen 1900-luvun taitteen jälkeen. Kulttuurisen antropologian tutkijat, kuten Bronislaw Malinowski, Edward Evan Evans-Pritchard, Franz Boas, Margareth Mead ja Ruth Benedict etsiytyivät kaukaisille alueille Pohjois- ja Etelä-Amerikan länsirannikoilta aina Malanesiaan saakka (esim. Robben 2007, 386–387), uppoutukseen länsimaittain vieraisiin primitiivisiin yhteisöihin ja niiden jokapäiväiseen arkeen (Mariampolski 2006, 4; Moisander & Valtonen 2006, 47). Erityisesti Malinowskin panosta pidetään perustavanlaatuisena. Teoksensa *Argonauts of the Western Pacific* (Malinowski 1922/1984) Malinowski esittelee näkemyksiään tutkittavan yhteisön kokonaisvaltaisen ymmärtämisen edellytyksistä ja tutkimukselle asetettavista vaateista, joita ovat muun muassa aineiston ja tutkimustuloksien läpinäkyvyys, kenttätöön riittävä pituus, sisältä päin avautuva näkemys informanttien sosiaalisesta maailmasta sekä etnografian ja teorian suhteesta. Näin tehdessään Malinowski tuli määrittäneeksi etnografisen tutkimuksen suuntaviivat, joita on seurattu miltei nykypäiviin saakka (Alasuutari 2001, 67).

Malinowskin ohella klassisen etnografian pioneerit sovelsivat luonnontieteen työkalupakin välineitä – huolellisia mittauksia, luokittelua, suoraa havainnointia ja kriittistä vertailua – etsiäkseen perustavanlaatuisia totuuksia ihmisen luonteesta, sosiaalisista kytköksistä sekä jokapäiväisen elämän käytännöistä, laajasti ottaen kulttuurista (Mariampolski 2006, 4). Näin klassisen etnografisen tutkimuksen

kohde, ihmisten osallistuminen mielekkääseen tekemiseen, objektisoidaan ohjaamaan tutkimuksen tapaa ja tutkijan huomiota (esim. Schwartz & Jacobs 1979).

Tällainen etnografinen tutkimus oli useimmiten länsimaisittain *toisen* tutkimista, joka keskittyi yksilöiden asemasta ihmisiin kollektiivina (Alasuutari 2001, 67; Moisander & Valtonen 2006, 47; Wolcott 1999, 12). Klassisen etnografian toiset, ne vieraat, eksoottiset ja maantieteellisesti syrjäisten paikkojen asukit eivät nykyisin enää monopolisoi etnografisen tutkimuksen valtavirran keskiötä. Toiseus ja toiset ovat siirtyneet yhä enemmän lähemmäs länsimaisen yhteiskunnan kohteisiin – kohti kotia (Moisander & Valtonen 2006, 47). Etnografisen analyysin kohteeksi onkin muodostunut usein jokapäiväinen elämä kaupunkien tapahtumapaikoissa (Mariampolski 2006, 4), ympäristössä, joka on jossain määrin tuttu sekä tutkijoille että tutkimuksen lukijoille – kohteena ovat siis toisten sijasta *me*.

Urbaanin etnografian näkökulma siirtyi myös staattisesta maailmankuvasta kohti dynaamisen ja alati muuttuvan sosiaalisen elämän tunnustavaan katsantoon. Sen mukaan kaupunkien asukkien katsottiin muodostavan lukuisia erilaisia sosiokulttuurillisia ryhmiä. Kulttuuriset muutokset tapahtuivat ryhmien sisäisen ja ryhmien välisen sopeutumisen, levittämisen ja konfliktien kautta. Urbaanin etnografian soveltamisessa on nostettava esiin erityisesti niin kutsuttu sosiologian Chicagon koulukunta ja sen 1920-luvulta alkaneet tietä raivanneet tutkimustyöt (Deegan 2001, 11). Eurooppalaisen urbaanin etnografian uranuurtajina voidaan pitää niin sanottua Birminghamin koulukuntaa, kulturalistista etnografian tutkimussuuntausta, joka oli kiinnostunut työväen kysymyksistä sekä nuorisokulttuurista (Alasuutari 2001, 79–80). Varhaisen urbaanin etnografian kohteina oleva ”*me*” muodostui kuitenkin valtavirran katsantojen mukaan jokseenkin marginaalisista, poikkeavista ihmisryhmistä, kuten etnisistä maahanmuuttajaryhmistä, prostituoiduista, huumekauppiaista, kulkureista sekä ghetto- tai slummikulttuureista (Allard & Anderson 2005, 839–840; Brewer 2000, 12).

Näihin päiviin saakka etnografia on säilyttänyt vankan asemansa antropologian, sosiologian ja kulttuurin tutkimuksen tieteenalalla. Matka kohti nykypäivän etnografiaa ei kuitenkaan ole tapahtunut muutoksitta, päinvastoin. Antropologinen etnografia on kohdannut suuria teoreettisia muutoksia (Moisander & Valtonen 2006, 47). Esimerkiksi etnografiseen tutkimukseen on kehityskulun saatossa vaikuttanut laaja kirjo eri tieteenfilosofisia suuntauksia, kuten antropologinen ja sosiaalinen funktionalismi, strukturalismi, filosofinen pragmatismi ja symbolinen interaktionismi, marksismi, hermeneutiikka, konstruktivismi, fenomenologia, interpretivismi, jälkikonstruktivismi sekä postmodernismi (Hammersley & Atkinson 2007, 2). Näin etnografia on monimuotoistunut ja kehittynyt – joskaan ei täysin seesteisesti.

5.1.1 Kohti nykyetnografiaa

Keskustelu tutkijan paikan eli position merkityksestä linkittyy keskeisesti antropologian kehitykseen. Laajennetun positivismin liepeillä käyskentelevät klassisen etnografian edustajat nojautuivat naturalistisen ja realistisen tutkimuksen maailmankatsomukseen. He toivat joko avoimesti julki tai hyväksyivät implisiittisesti näkemyksen siitä, että etnografisen kouluttautumisen ja metodin ansiosta heidän tulkinnoillaan oli sellaista totuusarvoa, jota maallikot eivät kykene saavuttamaan (Geertz 1988; Holt 1991). Etnografian uskottiin olevan kaikkietäisyttä ja viileä, ulkopuolinen tutkija. Klassisen antropologian tutkijahavainnoijaa peittää siten autoritaarisen tutkimuksen peite, joka korostaa perinteisen etnografian *siellä olemisen* kenttätutkimuksia ja episteemisiä toimia (Geertz 1988). Klassisen etnografian osallistuvassa havainnoinnissa oletettiin informanttien kokemien ymmärryksien ja merkityksien olevan läpinäkyviä, joita etnografi, tuo mittaava instrumentti, kykenee reflektoimaan. Klassisen etnografian tekijöiden tavoitteena oli kuvata kulttuuri *sellaisena kuin se on*, naiivin empirismin mukaisesti puhtaasti ilman etnografian tulkintoja ja selityksiä.

Perinteinen etnografia kirjoitettiin tieteellisen henkilön implisiittisen auktoriteetin asetelmasta (Holt 1991, 57). Kriittisten puheenvuorojen mukaan tulokset olivat persoonattomia, neutraaleja raportteja, *ääniä ei mistään* (Lofland & Lofland 1995). Perinteisen etnografian kykyä saavuttaa tutkittavien toiseus ja ”siellä” olevan oltavat on kyseenalaistettu (Conquergood 1991, 179). Esimerkiksi Renato Rosaldon (1989, 37) mukaan ideaali näkemys etäytyneestä ja puolueettomasta havainnoijasta ja hänen neutraalin kielensä käyttäminen raakadatan kuvaamisessa on syrjäytetty ja tilalle on tuotu vaihtoehtoinen tapa ymmärtää inhimillistä käyttäytymistä ja merkityksien muodostumista.

Denzin ja Lincolnin (2003, 3) mukaan etnografiaan liittyneet vaihtelevat paradigmat ja näkökulmat ovat noudattaneet enemmän tai vähemmän selvästi laadullisen tutkimuksen yleistä historiallista kehityskulkua. Yksi perinteisen etnografian ja siihen rakentuneen naturalistisen realismin syrjäyttäjistä on tulkinnallisen tutkimuksen konstruktivistinen suuntaus (Denzin & Lincoln 2003; Hammersley & Atkinson 2007). Tulkinnallisessa etnografiassa tutkijat näkevät ihmisten rakentavan sosiaalista maailmaansa sekä tulkinnoillaan kokemaansa että tulkintoihin pohjautuvan toiminnan kautta (Hammersley & Atkinson 2007). Ihmisten tulkinnat voivat myös peilata erilaisia kulttuurillisia perustoja, ja siten tulkintojen synnyttämä toiminta voi aikaansaada erilaisia sosiaalisia maailmoja. Tulkinnallinen käänne näkee etnografian itsensä olevan tulkintojensa kautta sosiaalisen maailman rakentaja. Eri kulttuurillisten taustojen johdosta etnografian tuloksena voi syntyä erilaisia ja toisiinsa yhteensopimattomia selontekoja. (Mt. 2007, 11.)

Yhtenä keskeisenä tulkinnallisen tutkimuksen ja etnografian vaikuttajana pidetään yhdysvaltalaisesta Clifford Geertzistä (Barnard 2000, 164). Clifford Geertz

ja hänen tutkimuksensa ovat toimineet tulkinnallisen suuntauksen laajentajina. Ne sekoittelevat ja laajentavat etnografian ainesosia strukturalistis-funktionalistisuutta painottavaan tutkimukseen (Moisander & Valtonen 2006, 47). Geertziläisen tulkinnallisen suuntauksen perustoja on vuonna 1973 julkaistu teoksessa *The Interpretation of Cultures*, jonka johdannossa Geertz tarjoaa oman näkemyksensä Gilbert Lyleltä peräisin olevan etnografian *tiheän kuvauksen* peruskäsitteestä (Ponterotto 2006, 538).

Geertziläisen etnografian tehtävänä on kirjoittaa tai kuvailla kohteena olevaa sosiaalisen käyttäytymisen kerrostuneisuutta tiheästi, eli todentuntuisesti, ja niin uskottavasti, että se saa lukijan tuntemaan olleensa tapahtumapaikalla (Geertz 1973, 19). Lukijalle etnografisen tekstin tulkintojen uskottavuus edellyttää myös tekijän yksityiskohtaista ja rikasta kuvausta niistä konteksteista ja mahdollisista sidonnaisuuksista, joissa tulkinnat tehtiin (Ponterotto 2006, 540). Tiheä kuvaus sisältää siten sekä tutkijan tulkinnan että osallisten tulkinnat – merkityksenannot – sosiaalisesta tilanteesta. Kirjallisella esitystavalla, tekstuaalisuudella, on suuri merkitys geertziläisessä tulkinnallisuudessa. Kuitenkaan kuvauksen ei tarvitse pitäytyä ainoastaan kirjalliseen asuun. Kuvaus voi olla myös äänitysten ja diagrammien, piirrosten tai näyttelyn muodossa (Geertz 1973, 19). Etnografisen kirjoituksen tai kuvauksen on kuitenkin oltava läpäisevä ja selkeä. Denzinin (1989, 83) mukaan etnografinen tiheä kuvaus on muutakin kuin vain ihmisten tekemisen, faktojen tai pinnallisten vaikutelmien tallentamista. Tiheä kuvaus tuo yksityiskohtaisesti julki kontekstin, tunteen ja yhdistävien sosiaalisten suhteiden verkostoja. Tiheä kuvaus myös kutsuu esiin emotionaalisuutta ja itsetuntemuksia liittäen sen historian tilannekohtaiseen elämykseen. (Mt. 1989.)

Postmodernin suuntauksen keskusteluissa erityisesti etnografinen kirjoitustapa ja retoriikka joutuivat suurennuslasin alle (Lofland et al. 2006, 83). Keskusteluissa puhuttiin etnografian tuplakriisistä (Brewer 2000, 38; De laune 2000, 179). Näistä ensimmäinen on representaation kriisi (mm. Clifford & Marcus 1986), joka ymmärretään epävarmuutena siitä, mikä voidaan ymmärtää riittäväksi kuvaukseksi sosiaalisesta totuudesta (Moisander & Valtonen 2006, 159). Tämä haastoi näivin realismin (Lofland et al. 2006, 83) uskomuksen eli etnografian kyvyn tuottaa universaalia tietämystä kuvaamalla tarkasti sosiaalista maailmaa sellaisena kun se on (Brewer 2004, 319).

Toinen kriisi on legitimitietin kriisi (Brewer 2000). Sen mukaan etnografiset kuvaukset ovat tulkintoja, eivätkä ne koskaan pysty antamaan täydellistä kuvaa kohteestaan: kuvaus on vain osa todellisuudesta (Brewer 2004; Lofland et al. 2006). Ne ovat myös aina sidoksissa tekijäänsä sekä niihin tilannetekijöihin, jotka vallitsevat aineistonkeruun aikana (Brewer 2004). Siten mitkään etnografiset selonteot, väittämät tai sosiaalisuuden kuvaukset eivät ole toinen toistaan tarkempia tai parempia (Denzin 1992; Lofland et al. 2006). Tällainen näkemys vie etnografiaa kohti relativismia ja etnografisen tutkimuksen validiteetin, reliabiliteetin sekä yleistämisen arvioimisen ongelmia (Brewer 2000). Hammersley

(1992, 51–55) esittää, että etnografisen tutkimuksen relevanttiuden arviointi on vastine mahdollisiin validiteettiin ja reliabiliteettiin liittyviin vaikeuksiin. Tuplakriisiin tiedostaminen edellyttää kuitenkin tekijöiltään myönnetyksiä. On hyväksyttävä se, että sosiaalinen todellisuus – eletty elämä – luodaan kirjoitetussa tekstissä. Tutkijoiden täytyykin kiinnittää huomiota erilaisiin tekstuaalisiin käytäntöihin, joilla kiinnitytään tiettyihin sosiaalisen elämän näkökulmiin, vaieten toisista. (Moisander & Valtonen 2006, 159.)

5.1.2 Nykyetnografia

Vaikkakin etnografian juuret ovat antropologisen *sateenvarjon alla*, on etnografian lähestymistapa sitemmin omaksuttu laajalti erilaisiin tiedekuntiin, kuten mediatutkimukseen, naistutkimukseen, koulutustutkimukseen, matkailututkimukseen ja empiirisiin kenttiin sekä erilaisiin yhteisöihin (Lappalainen 2007, 12). Viimeisten vuosikymmenten aikana etnografia on saavuttanut suosiota myös liiketaloustieteellisen tutkimuksen, kuten johtamisen tutkimuksen (esim. Røyrvik 2011; Van Maanen 2006) ja organisaatio- ja yrittäjyystutkimuksen parissa (esim. Johnstone 2006; Kunda 1992/2006). Erityisesti kulutustutkimuksessa ja markkinoinnin tutkimuksessa on sovellettu etnografisia tekniikoita (esim. Arnould & Wallendorf 1994; Elliott & Jankel-Elliott 2003; Muniz & O’Guinn 2001) ja siihen liittyviä kulttuurisia näkökulmia (Mariampolski 2006). Kulutustutkimuksen parissa on kehitetty myös erityisiä etnografian osamuotoja, kuten netnografiaa (esim. Kozinets 2002b), videografiaa (esim. Belk & Kozinets 2005) tai aistietnografiaa (esim. Valtonen & Markuksela & Moisander 2010).

Niin ikään eri oppiaineet ovat käyttäneet etnografisia menetelmiä vaihtelevissa konteksteissa esimerkiksi sairaaloissa, kouluissa, keittiöissä, kaupoissa, viidakoissa, retkeilyautopuistoissa tai kalastuskilpailuissa – missä tahansa tarkasteltavan ilmiön toteutumisympäristössä. Nykypäivän etnografiaa tarkasteltaessa on selvää, ettei yksittäisiä, hallitsevia teorioita tai hallitsevia paradigmoja enää ole. Kenttä on varsin avoin.

Nykyistä, post-postmodernia etnografiaa (Brewer 2000, 38) ei yleisesti käsitetä yksittäisenä, yksiselitteisenä tiedonkeruumenetelmänä. Sen ymmärretään olevan kokonaisvaltainen lähestymistapa, tutkimustyyli tai tutkimusprosessia jäsentävä teoria – metodologia (ks. esim. Brewer 2004, 311; Lappalainen, 2007, 10). Etnografian puitteissa voi käyttää monenlaisia aineistoja ja menetelmiä – ei ole olemassa yksittäistä, yhdenmukaista ja etnografista metodista käytäntöä (The Center for Ethnography). Nykyetnografialle ei ole monitieteellisyydestä ja monimuotoisista sovellusalueista sekä kompleksisesta taustastaan johtuen standardisoitunutta määritelmää (Hammersley & Atkinson 2007). Nykypäivän etnografian näkökulmia ja kulttuurillista tutkimusta yleensä kuvaakin parhaiten sana *moninaisuus* (Atkinson et al. 2001). Erilaisista määritelmistä voimme kuitenkin johtaa nykypäivän etnografialle hyväksyttäviä ja ominaisia, ohjaavia piirteitä, joiden kautta

voimme valoittaa sitä metodologiana. John Brewer (2000) määrittelee etnografian seuraavanlaisesti:

”Etnografia on ihmisten tutkimista heille luonnollisessa ympäristössä tai ”kentällä” sellaisilla aineistonkeruumenetelmillä, jotka tuovat esiin heidän sosiaaliset merkityksensä ja tavanomaisen arkipäiväisen toimintansa. Etnografisesti systemaattinen tiedonkeruu edellyttääkin tutkijan läsnä olevaa olemista tapahtumapaikalla, jollei osallistumista tapahtumiin.” (Brewer 2000, 6; kirjoittajan suomennos.)

Tämä määritelmä tuo esiin etnografisen kontekstin merkitystä. Kontekstin mukaisesti etnografien on hakeuduttava tutkittavan ilmiön tapahtumapaikoille tai subjektien luo (Mariampolski 2006, 8), mutta myös huomioimaan kontekstin muuntuvuus ihmisten, ajan ja paikan suhteen (mt. 2006, 23). Esimerkiksi kouluympäristössä opettajien käyttäytymisen on todettu vaihtelevan eri luokkien sekä opettajanhuoneen välillä tai vuorokauden ajankohdan suhteen (Hammersley & Atkinson 2007, 35; 39).

Hammersleyn & Atkinsonin (1995,1) mukaan ”etnografi ottaa pitkäkestoisesti osaa joko avoimesti tai vaivihkaan ihmisten päivittäiseen elämään katsoen mitä tapahtuu, kuunnellen mitä sanotaan, kysellen kysymyksiä, keräten mitä tahansa saatavilla olevaa aineistoa, joka voi valaista tutkijan kiinnostuksenkohdetta.”. Etnografia ei ole kuitenkaan vain pitkitettyä kenttätöitä, eikä käytetty aika kentällä tee etnografiasta parempaa tai tutkimuksesta etnografista. Aika on olennainen, mutta ei riittävä kriteeri (Wollcott 1987). Nykypäivänä kenttätöiden pituuteen liitetään kohtuullisen ajan määre (Lappalainen 2007, 11), jonka mukaisesti tutkimusasetelmissa huomioidaan tutkittavien ilmiöiden luonne. Lyhytikäisyys tai tapahtumien äkkinäisyys on ominaista joillekin tämän päivän tutkimuskohteista. Tällaisia ilmiöitä ei ole aina mahdollista tarkastella pitkäkestoisen etnografian muodoin, vaan tutkimusotetta on sopeutettava. Tämä laajentaa näkemystä etnografisen tutkimuksen toteutusmuodoista – pieni tai lyhyt on nykyisin hyväksyttävää. (Handwerker 2002.)

Marcus ja Fischer (1999, 18) ovat Hammersleyn ja Atkinsonin (1995) mukaisilla linjoilla, heidän mukaan etnografia on ”tutkimusprosessi, jossa etnografi tarkkailee läheltä, tallentaa ja osallistuu toisen kulttuurin päivittäiseen elämään – se on kokemuksellisuuden leimaama työskentelymetodi – ja kirjoittaa tarkan tilinteon tästä kulttuurista.”. Brewerin esittämä myöhempi (2004) näkemys lieventää hänen aiempaa määritelmäänsä (Brewer 2000). Myöhemmän näkemyksen mukaan etnografisen tutkimuksen ehdottomana edellytyksenä ei ole aktuaalinen osallistuminen ilmiöön tai sen tapahtumapaikkaan (Brewer 2004).

Etnografiaa ei enää pidetä yksinomaan tarkkana kuvauksena, joka saavutetaan siirtämällä informanttien moninaisia näkemyksiä suoraan tekstiin (Wolcott 1987), vaan se on aina jonkinlaista tekemistä (Barnard 2000; Lappalainen 2007). Wolcottin (1995, 83–84) mukaan ”Etnografian harjoittaminen on yhtäaikaista

ajattelua, tekemistä ja raportointia sekä osallistumista jatkuvaan älylliseen dialogiin siitä, mitä kulttuuri yleensä on.”. Etnografia on myös ruumiillinen käytäntö, jossa siirrytään ajattelemaan maailmaa tekstin asemasta tekemisenä (Conquergood 1991; 2002; Lappalainen 2007). Tällainen etnografia kykeneekin peilaamaan ja kutsumaan esiin jokapäiväisen elämämme performatiivisuutta (Atkinson et al. 2001). Johanna Moisanderin ja Anu Valtosen (2006, 47; ks. myös Marcus & Fischer 1999) mukaan monimuotoisilla nykypäivän etnografioilla on tutkimusperinteitä noudattava pysyvä kaksiosainen ”rakenne”: 1) kenttätö sekä 2) kenttätöön representaatio. Seuraavaksi käyn läpi näiden elementtien keskeisiä sisältöjä.

5.1.2.1 Kenttätö

Tutkimusstrategiana etnografia karttelee lineaarista askel askeleelta – menetelytapaa. Strategia on enemminkin jaksottainen tai syklinen (Johnstone 2006, 97), usein myös limittäinen. Ennen varsinaiseen etnografiseen kenttätööhön etenemistä on kuitenkin valmistauduttava siihen – on suoritettava *esikenttätöitä*. Esikenttätöön alussa valikoidaan kohteena oleva tutkittava ilmiö, kulttuuri tai ihmisjoukko (Spradley 1980) ja pohditaan tutkimuksen lähtökohtia. Valmistautumisessa tehdään esioletuksia tutkimuksen ongelmista ja tutkimuskysymyksistä (Hammersley & Atkinson 2007). Niin ikään siinä tehdään päätöksiä tutkimuksen peruspuutteista, kuten valittavista tapauksista tai tutkimuksen tapahtumapaikoista. Etnografisissa tutkimuksissa itse tapahtumapaikka voi kuitenkin edeltää ongelmaa ja tutkimuskysymyksiä sekä ohjata niitä. Hyvin yleistä on myös se, että tutkimuskysymykset elävät ja jopa vaihtuvat etnografisen tutkimusprosessin aikana. (Mt. 2007.)

Nykypäivää edeltäneessä etnografiassa kentän tapahtumapaikka määrityi maantieteelliseen sijaintiin, esimerkiksi valtioon, naapuristoon tai yhteisöön (Mariampolski 2006, 67). Nykypäivänä tapahtumapaikka – itse kenttä – on monimuotoisempi (Moisander & Valtonen 2006, 49). Esimerkiksi markkinoinnin tieteenalan etnografiat eivät rajoitu enää maantieteelliseen sijaintiin, vaan ne sijoittuvat usein tiettyyn asiayhteyteen, esimerkiksi liiketilaan tai määrättyyn palvelumaisemaan, missä tuotteeseen tai palveluun liittyvä käyttäytyminen ja kulttuuriset käytännöt aktualisoituvat (Mariampolski 2006, 67; Moisander & Valtonen 2006, 49). Niin ikään osa tapahtumista voi ylittää ilmiön fyysiset puitteet ja laajentua esimerkiksi virtuaaliseen ympäristöön (Moisander & Valtonen 2006, 57–58) tai esiintyä kokonaan siellä (esim. Hine 2000). Tämän päivän ihmiset liikkuvat yhä useammin paikasta toiseen ja voivat kuulua moneen sosiaaliseen yhteisöön, jolloin perinteisen etnografian mukainen *yhden kentän tutkimusstrategia* ei sovellu mobiilien ja vaihtelevien aiheiden tarkasteluun (LeCompte 2002). Monikenttäisyys (multi-site) onkin nykypäivän etnografisen tutkimuksen arkea (Hannerz 2003; Johnstone 2006).

Esikenttätöössä on olennaista pohtia tutkimuksen kontekstia esimerkiksi menetelmän, ajan, tutkijan aseman tai ihmisten suhteen (Hammersley & Atkin-

son 2007; Mariampolski 2006; Moisander & Valtonen 2006). Asiat vaihtelevat *ajan* mukaan, kuten vuorokauden, kuukauden tai vaikkapa vuodenajan suhteen (Rantala et al. 2011). Tapahtumilla on yleensä myös omat rytminsä: on hektisiä ruuhka-aikoja, hiljaisia hetkiä, jolloin ei tapahdu mitään, sekä näiden välimuotoja (Ehn & Löfgren 2010; Southerton 2003). Rytmiä ohella ilmiöillä on ajan näkökulmasta erilaisia luonteenpiirteitä. Ilmiöt voivat olla pysähtyneitä, vakiintuneita tai väliaikaisia (Ehn & Löfgren 2010; Southerton 2003). Nämä ulottuvuudet vaikuttavat esimerkiksi kentällä oloon. Esimerkiksi väliaikainen tai lyhyt ilmiö ei anna mahdollisuutta muihin kuin lyhytaikaisiin kenttätymöyrytyksiin. Puhumme tällöin pikaetnografiasta (ks. Handwerker 2002) tai guerilla-etnografiasta (esim. Mariampolski 2006). Tutkittavan ilmiön ajankäyttöön vaikuttavat myös pragmaattiset käytännön rajoitukset, esimerkiksi se, kuinka paljon tutkijoilla on mahdollista käyttää tutkimukseen aikaa (mt. 2006). Yhteenvetäen etnografiassa tutkimuksen kohde määrittelee sen, mikä etnografian *menetelmällinen* osamuoto on soveltuva ja tarkoituksenmukainen, sekä sen, miten valittua osamuotoa on sopeutettava mielekkään toteutuksen kannalta (Moisander & Valtonen 2006, 49).

Esikenttätöissä etnografi pohtii myös omaa rooliaan tutkimuksessa, vaikkapa rooliaan havainnoijana (Mariampolski 2006) tai omia suhteita tutkittaviin (Vaaranen 2002). Metodologisesti etnografi miettii myös sitä kuinka tutkimuksessa tehdään näkyväksi tutkimukselliset käsitteellistykset sekä lähestymistavat suhteessa valtakysymyksiin, etiikkaan ja tutkijan vastuuseen (esim. Skeggs 1997, 23; 2001, 426–427). Tällainen refleksiivinen analyysi kohdistuu paitsi tutkijoihin itseensä, mutta myös tutkimussuunnitteluun, strategiaan, metodeihin ja teoreettiseen viitekehykseen (Johnstone 2006). Refleksiivinen paikantaminen on siten osa koko tutkimusprosessia.

Esikenttätöiden tavoitteena on siis suunnitella ja muodostaa valmiuksia kentälle menoon. Edellä esitettyjen ohella valmistelu edellyttää runsaasti lukemista, etsimistä ja kontaktien solmimista (Vaaranen 2002; 2004). Sen loppuvaiheessa lähestytään kenttää, ja tutkijat anovat *sisäänpääsyä* kentälle, lupaa tutkia, tarpeen niin vaatiessa. Kaikki tutkimuskohteethan eivät edellytä luvallista sisäänpääsyä, kuten esimerkiksi avoimet yleisötilaisuudet. Yleisenä ohjesäätonä voidaan kuitenkin pitää sitä, että tutkiminen edellyttää joko suullista tai kirjallista lupaa tutkittavilta (Feldman et al. 2003) ja joskus myös institutionaalisten portinvartijoiden hyväksyntää (Wanat 2008). Sisäänpääsyn saavuttaminen voi olla haasteellista. Tutkijat voivat joutua tekemään lukuisia aloitteita ja tulla evätyksi monia kertoja. (Hammersley & Atkinson 2007, 41.) Haasteisiin vastaamisessa tutkijan peräänantamattomuus ja joustavuus, mutta myös onni, ovat tärkeitä tekijöitä (Feldman et al. 2003).

Karkeasti tarkasteltuna kenttätöiden voidaan katsoa jakaantuvan kahteen osaan – *kentällä oloon* ja *kentältä poistumiseen* (mm. Gobo 2008). Etnografisen kentällä olon tarkoituksena on kerätä aineistoa ja analyysin kautta muodostaa tulkintoja ja lopulta etnografisia kirjoituksia. Kenttätöiden esioletuksena on se, että etnografi-

nen tutkija saapuu lähelle ihmisiä ja heidän arkeensa (Hammersley 1992). Etnografi joko elää tai vierailee toistuvasti tutkittavien parissa. Hän pyrkii pääsemään sisään tutkittavaan kulttuuriin – pääsemään sisäpiiriläiseksi (Moisander & Valtonen 2006). Näin etnografi voi paremmin ymmärtää tutkittavien subjektien uskomuksia, motivaatioita sekä käyttäytymistä (Hammersley 1992).

Kenttätöön piirteet ja siinä käytetyt *metodit* vaihtelevat (Denzin & Lincoln 2005). Käytettävien metodien on kuitenkin tarjottava mahdollisuus päästä läheiseen yhteyteen sosiaalisten puitteiden kanssa – tehdä asiat tutuiksi. Monipuolisten menetelmillä saavutettujen aineistojen kautta voidaan peilata erilaisia aineistoja toisiinsa, tarkastella ilmiötä kontekstissaan. *Etnografinen aineisto* voi koostua esimerkiksi kenttämuistiinpanoista, kenttäpäiväkirjasta, haastatteluista, lehtileikkeistä ja visuaalisista kuvastoista (Hammersley & Atkinson 2007). Suuren osan aineistoa muodostavat kirjoitetut kenttämuistiinpanot. Etnografisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen ei perustu tutkittavien runsaaseen määrään, vaan tutkimuksen perusteellisuuteen, syvällisyyteen ja monipuolisuuteen. Tulkinallisesta luonteesta johtuen kenttätöössä ei tuoteta eikä edes väitetä esitettävän totuutta, vaan tarjotaan tulkintaa sosiaalisesta ilmiöstä, joka on siivilöitynyt tutkijan subjektiivisten ja henkilökohtaisten kokemusten läpi. (Hammersley & Atkinson 2007; Moisander & Valtonen 2006.)

Etnografiassa aineiston *analysointi* ei ole erillään oleva tutkimuksen vaihe. Monin tavoin se saa alkunsa jo esikenttätöössä tutkimusongelman selkeytyksessä ja muotoilussa. Aineiston analyysi kulkee tiedonkeruun rinnalla ja jatkuu tutkijoiden kentältä poistumisen jälkeen raportin, artikkelien ja kirjojen kirjoittamisprosessin muodossa. Virallisesti analyysi alkaa muotoutua analyttisissä muistiinpanoissa ja muistioissa. Epävirallisesti se ruumiillistuu etnografian ideoista ja aavistuksista – eräänlaisesta etnografisesta hytinästä. Ei ole olemassa yksittäistä kaavaa tai reseptiä, jonka mukaan etnografista aineistoa analysoidaan. Etnografian analyysi rakentuu usein monesta suunnasta haetuista ideoista ja analyysitavoista. Etnografista analyysiä voidaan pitää kuitenkin muutoksia aiheuttavana, uudistavana prosessina, jossa raaka-aineisto muuttuu löydöksi ja jalostuu tuloksiksi (Lofland et al. 2006). Analyysin tulee pyrkiä olemaan luovaa ja oivaltavaa tulkintaa. Oivaltava tulkinta syntyy teorian ja empirian vuoropuhelusta ainoastaan siten, että tutkija ottaa haltuunsa aineiston ja kykenee rakentamaan siitä tutkimustehtävänsä mukaisesti uutta tietoa ja ymmärrystä muodostavan kokonaisuuden (Hammersley & Atkinson 2007).

Kaikissa tutkimuksissa seuraa hetki, jolloin on aika päättää kenttätö *ja poistua kentältä*. Mutta kuinka ja milloin tulee poistua kentältä? Tietomme tästä aihealueesta on varsin vähäinen (Iversen 2009, 9). Loflandin ja kollegoiden (2006) mukaan me tiedämme enemmän kentälle menosta kuin sieltä lähtemisestä. Eräs kentältä poistumishetken indikaattori voi olla se, kun tutkija tuntee kylläystvänsä tutkittavien sanontoihin ja tekoihin tai hän kokee saavuttaneensa teoreettisen saturaatiopisteen (Taylor 1991). Vuorisen (2005) mukaan saturaatiopiste

kuvaa vaihetta, jossa tutkimuksen aineisto alkaa toistaa tunnettuja tietoja. Kentän aineistonkeruussa ei enää tule siten uutta eteen (Vaaranen 2002, 25). Muita mahdollisia syitä kenttätöön päättämiseen voivat olla karkottaminen kentältä tai tutkijan roolikonfliktit (Lofland et al. 2006, 76–77). Pragmaattisempia syitä kentältä poistumiseen ovat tutkimuksen kirjoitetulle raportille asetetut ajalliset takarajat (Hammersley & Atkinson 2007, 94). Tutkijan tuleekin muistaa kenttätöön pituudessa tuloksellisuus, akateemisen julkaisemisen ja yhteiskunnallisesti keskustelevien lehtiartikkeleiden tärkeys sekä niiden asettamat vaateet (Vuorinen 2005). Niin ikään kentältä poistumiseen vaikuttavat rajalliset ekonomiset tai muut voimavarat (Iversen 2009). Yhtä kaikki, joskus päättymisen on suunniteltava. Toisinaan taas kentältä poistuminen ja työn päättymisen on odottamatonta, nopeaa ja valmistelemtonta. (Coffey 1999.)

John Lofland ja Lyn Lofland (1995, 62–63) tarjoavat eräänlaisen kentältä lähtemisen etiketin. Heidän mukaansa etnografin tulisi informoida ihmisiä tutkimusta koskevista suunnitelmista ja välttää yllättävää sekä äkillistä poistumista. Tutkijan tulisi kertoa tutkituille myös poistumisen syitä ja tiedottaa, minne hän on matkalla ja miten hänet voi jatkossa tavoittaa. Tutkijan tulisi myös hyvästellä henkilökohtaisesti ja kertoa ihmisille pitävänsä yhteyttä sekä sopivan hetken myötä toteuttaa lupauksensa. Amanda Coffey (1999, 106) on kriittinen näitä ohjeita kohtaan. Hänen mielestä ne antavat liian silotellun kuvan kentältä poistumisen helppoudesta. Kentältä poistuminen ei ole välttämättä yksinkertaista ja ongelmallista (Hammersley & Atkinson 2007, 95–96). Kenttätöön päättäminen on joskus sumeaa ja epämääräistä, ei selkeästi määriteltyä ja varmaa (Coffey 1999; Hammersley & Atkinson 2007).

Kenttätööhön liittyviä ongelmia voi aiheutua monestakin syystä. Esimerkiksi itse tutkimuksen kohde voi hajaantua, kuten esimerkiksi jokin tapahtuma, kuten festivaali tai urheilujoukkue (Gallmeier 1991, 226). Hajoamisen myötä voi syntyä vaikeuksia tavoittaa osallistuneita ihmisiä tutkimuksen myöhemmissä vaiheissa. Toisinaan tutkimuksen kohteet itse eivät halua kenttätöön päättävän, kuten tapahtui Caroline Hudsonin (2004) tapauksessa. Hudson (mt. 2004) ilmoitti tutkimilleen nuorille useaan otteeseen tutkimuksen kulusta ja kenttätöön päättymisen ajankohdasta. Hän kertoi myös nuorille, kuinka he voisivat tavoittaa hänet. Nuorille oli kuitenkin vaikea totuttautua ajatukseen, ettei tutkija enää olisikaan osa heidän jokapäiväistä arkeaan. Nuorten vaatimuksesta tutkija päätyi jatkamaan jo kerran päätettyä kenttätöitä. Hudsonin (mt. 2004) mukaan kenttätöön aikana suhteet nuoriin syvenivät ja sen kautta heiltä saatu aineisto rikastui ja siirsi siten teoreettista saturaatiota. Heli Vaaranen (2002) kertoo omasta nuoria kaaharipoikia koskevan tutkimuksen ongelmista. Hän kertoo yhtäältä kokeneensa tutkimuksen jälkeisen informantin seurailun kiusalliseksi ja pelottavaksikin. Toisaalta etnografilla itsellään oli ongelmia olla erossa pitkäaikaisesta kenttätöön kohteesta, kaahailemisesta.

Vaikka kenttätöön päättäminen ei sisältäisikään merkittäviä ongelmia, siihen liittyy aina enemmän tai vähemmän tunteita (Ortiz 2004; Watts 2008). Etno-

grafien on todettu kokevan ahdistusta ja huolta tutkimuksen kohteina olevista ihmisistä (Mariampolski 2006; Watts 2008). Toisinaan etnografinen lähtö kentältä merkitsee vain sitä, ettei sinne enää palaa (Hammersley & Atkinson 2007). Kentältä poistuminen voi kuitenkin merkitä ihmisten ja paikan taakseen jättämistä, joskus kentälle jää myös osa tukijaa itseään (Coffey 1999). Robert Stebbins (1991) kysyykin, lähtevätkö tutkijat todella koskaan kentältä? Eräällä tapaa me palaamme kentälle uudelleen kenttäpäiväkirjan tai muun aineiston muodossa. Niin ikään kenttä seuraa mahdollisesti meitä muistoissa – niin hyvissä kuin pahoissa. Amanda Coffeyn (1999) mukaan side kenttään on kuin ihmissuhde, jopa sensitiivinen rakkaussuhde. Tämän muistaen kentällä tulee elää ja sieltä poistua (Vuorinen 2005).

5.1.2.2 Kenttätöön representaatio

Etnografisen tutkimuksen lopputulos muodostuu ja konkretisoituu tutkimusprosessia kuvastavasta tutkimusraportista tai muusta etnografisesta kirjoituksesta (esim. Van Maanen 1988; Tedlock 2003). Tieteellinen kirjoittaminen on kirjoittajan ja yleisön välistä vuorovaikutusta tutkijan näennäisestä yksinäisyydestä huolimatta (Hoffman 2009). Se on olennainen osa tutkijan toimintaa sekä varsinaisessa tutkimustyössä että tutkimuksen teon ulkopuolella (Moisander & Valtonen 2006). Kirjoittaminen ei ole vain kertomisen tapa, jolla varsinaisen tutkimuksen tulokset esitetään (mt. 2006). Laurel Richardsonin (2000b) mukaan kirjoittaminen on pikemminkin tiedon rakentamisen väline, tutkimusmetodi. Kirjoittaminen on siten toimintaa, jonka avulla tutkimustulos, kuten tutkimusraportti, saavutetaan.

Perimmiltään etnografinen tutkimusraportti ilmaisee ymmärrystä tutkittavasta kulttuurisesta ja sosiaalisesta ilmiöstä, joka on saavutettu kenttätöön myötä ja sen kautta (Moisander & Valtonen 2006). Kirjallinen tutkimusraportti on kokonaisuus, jonka muodostumiseen ovat myötävaikuttaneet muun muassa kenttämuistiinpanot sekä muut dokumentit (Hoffman 2009), esimerkiksi raakamuistiinpanot, päiväkirjat tai päiväyrit. Erilaiset taltioinnit (Sanjek 1990, 191–192) vievät etnografista prosessia kohti kirjoitettua lopputulemaa.

Etnografisen kenttätöön aikana tehdyt lyhyet raakamuistiinpanot, nuo etnografiset pikamuistiinpanot ilmiöstä, muodostavat pohjan myöhemmin laadituille kokonaisvaltaisimmille kenttämuistiinpanoille (Ottenberg 1990). Enemmän tai vähemmän johdonmukaisen representaation tekeminen havainnoiduista kulttuurisista tapahtumista edellyttää, että muistiin tehdyt ”pintaraapaisu” tulee jalostaa kenttämuistiinpanoiksi riittävän ajoissa – ennen kuin muistijäljet käyvät kylmiksi (Mead 1977; Sanjek 1990; Spradley 1980). Muistiinpanoilla mahdollistetaan myös myöhemmät tulkinnat ja uudelleen tulkinnat sekä lopullisen tieteellisen selonteon kirjoittaminen (Hoffman 2009).

Siirtymä luonnosmaisista raakamuistiinpanoista kuvaileviin kenttämuistiinpanoihin ei ole itsestään selvä. Näiden kahden etnografisia kirjoituksia yhdentävänä

siltana toimivat niin kutsutut *mielen muistiot* (headnotes; Ottenberg 1990, 144). Mielen muistiot ovat kenttähavainnoinnista alkunsa saaneita muistikuvia sekä tulkintoja, jotka ovat läpikäyneet tutkimuksen teoreettisen siivilän (mt. 1990). Tieteellisessä kirjoittamisessa tutkija selventää itselleen omia ajatuksiaan prosessin eri vaiheissa. Hatarienkin ideoiden kirjaaminen raakamuistiinpanoihin tuo näkymätöntä näkyväksi, tarjoten mahdollisuuden mielen muistiot-reflektointiin ja siten ajatuksien edelleen työstämiseen (ks. Hoffman 2009). Reflektointi tuo esiin myös mahdollisia puutteita niin ajattelussa kuin ilmiön ymmärtämisessä (Moisander & Valtonen 2006, 162–163). Tällaisista osien ja vaiheiden kautta varsinaiset kenttämuistiot kirjoitetaan.

Sekä kenttämuistiinpanot että mielen muistiot syntyvät kenttätöyssä. Ne eroavat toisistaan siten, että varsinaiset kenttämuistiinpanot eivät muutu niiden tekemisen jälkeen. Sen sijaan mielen muistiot elävät kentällä täydentyen tai muuttuen uuden tutkimusmateriaalin myötä (Ottenberg 1990). Niin ikään mielen muistioita muovataan kentältä poistumisen jälkeen. Niitä muokataan ja pohditaan suhteessa teoriaan, toisiin aineistoihin sekä mahdollisiin yhteensopimattuuksiin. Mielen muistioilla täydennetään aiemmin luotuja kenttämuistiinpanoja, niiden avulla mahdollistuu mielekkään kokonaisuuden rakentamisprosessi. Tutkija tekee luonnoksia, parantelee niitä, perehtyy kirjallisuuteen, analysoi dataa, löytää tuloksia, tekee johtopäätöksiä sekä viimeistelee lopulta tutkimusraportin (Heaton 2004). Kirjallisten ajatusten esittäminen on siis keskeinen osa tutkimustoimintaa. Kirjoittaminen tarjoaakin pohjaa havaintojen ja analyysin merkitysten annolle, vanhojen tietojen linkittämislle sekä uusien tietorakenteiden konstruoinnille ja oppimiselle. Tutkimus etenee siten kirjoittaen. (Moisander & Valtonen 2006.)

Osa mielen muistioista voidaan pukea myös kirjoitettuun asuun, esimerkiksi tutkimukseen liittyväksi kenttäpäiväkirjaksi. Päiväkirjat ja lokimaiset tapahtumapäivyyrit ovat kirjoitettuja kenttätöön tuotoksia, jotka palvelevat joko havaintoaineistojen indeksointia tai tutkijoiden kokeman kenttäjännityksen purkamisen päämääriä (Ellen 1984, 289). Päiväkirja muodostaa puolestaan kenttätöön henkilökohtaisen puolen. Niihin kirjoitettu teksti on ennen kaikkea tutkijaa itseään varten, eivätkä ne välttämättä tule julki kolmansille tahoille (Sanjek 1990). Kenttäpäiväkirjan tehtävät voivat olla moninaiset. Se voi toimia muistiona (aide-mémoire) tapahtumista, havainnoista tai käydyistä keskusteluista (Bond 1990). Päiväkirjaan voi kirjata myös esimerkiksi ideoita, reaktioita tai pohdintoja muun muassa siitä, mitä tulee selvittää jatkossa ja ketä tavata. Päiväkirja voi sisältää myös esiin nousevia erilaisia kysymyksiä. Näin se on jo osa tulkintaa ja analyysiä. (Wolf 1992.)

Etnografisen kenttätöön raportit, kuten kirjat (esim. monografiat), artikkelit tai näiden välimuodot, yhdistävät kenttämuistiinpanoja sekä muita etnografisia kirjoituksia. Esimerkiksi kirjan, vaikkapa väitöskirjan, teoreettinen viitekehys ja metodologiset puitteet ohjaavat sille relevantin aineiston valintaa ja sen jalostamista. Jalostaminen on luonteeltaan iteratiivista, edestakaista liikettä aineisto- ja

viitekehysjatkumolla, missä tutkija palaa kerta toisen jälkeen aineistonsa pariin ja tekee uusia tulkintoja sekä uudelleenkirjoituksia tavoitteenaan muodostaa relevantti ja yhtenäinen etnografinen tulkinta. Jalostusprosessissa kiinnitetään huomiota kirjallisen esityksen muotoon, joka huomioi sekä lukijuuden että tutkittujen informanttien esittäytymisen. (ks. Hoffman 2009.) Esimerkiksi Van Maanen (1988) tuo esiin kolme erilaista kertomuksen muotoa: realistisen, tunnustuksellisen sekä impressionalistisen, maalailevan tarinan.

Kirjoittaminen yleensä, ja erityisesti tieteellinen kirjoittaminen, ei ole ongelmantonta toimintaa. Tieteellinen kirjoittaminen perustuu tiedeyhteisön sääntöihin ja toimintatapoihin. Perinteisimmissä ja realistisissa, etnografisissa lähestymistavoissa erilaisten muistioden sekä lopullisen etnografisen raportin tehtävänä on representoida dokumentaarista ja autenttista kuvausta kentän tapahtumista ja itse tapahtumapaikasta (Goodall 2000). Moisander ja Valtonen (2006, 161) toteavat, että tieteellisen kirjoittamisen ongelmallisuus on korostunut poststrukturealistisessa tieteessä, erityisesti kulttuuritutkimusta koskeissa keskusteluissa, jossa on kyseenalaistettu muodollisia tieteellisiä toimintatapoja sekä haettu uusia toimivampia muotoja. Näissä keskusteluissa pohditaan tiedon luotettavuutta. Pohdinat tunnetaan edellä käsiteltynä representaation kriisinä. Keskusteluina, jotka saivat alkunsa tiedeyhteisön myönnettyä sen, että kieli ei peilaa vain maailmaa vaan myös muodostaa sitä. (Moisander & Valtonen 2006.)

Postmodernismin erilaisten kriisien ja käännteiden sekä realistisen kirjoittamisen haastamisen jälkeen etnografit puhuvat post-postmodernina aikana mieluummin teksteistä, diskursseista ja narratiiveista kuin kulttuurisista faktoista ja tosiasioista (Davies 1999; Fingerroos, 2003). Tällaisen katsannon mukaan tutkimuksessa ei ole suuria totuuksia tai periaatteita, jotka määrittelevät millainen maailma on. Tutkiminen todentuuikin olennaisesti tutkivan subjektin, tutkijan, kautta. Tieteellisissä kirjoituksissa tutkijat eivät pelkästään lisää sosiaalisen maailman ymmärtämistä vaan myös luovat sitä – kirjoittaminen on luonteeltaan diskursiivista (Moisander & Valtonen 2006.) Toisaalta kulttuuri itsessään syntyy aina yksilöiden välisessä dialektisessa prosessissa, jossa esimerkiksi kirjoittamisen kautta subjektiiviset kokemukset maailmasta objektivoiduvat uudeksi kulttuuriksi (Wuthnow et al. 1986). Tutkijan tulee tiedostaa tieteellisen toiminnan dialektisuus eli se, että siinä on osallisena tutkija yksilöllisenä subjektina ja ulkomaailman kohde objektina. Tutkijan huomio tulee olla representaatioiden luotettavuudessa, eli oman subjektiivisuuden suhteessa ulkomaailman objekteihin nähden.

Tutkija välittää lukevalle yleisölle tulkintaansa tutkimuksen kohteena olevasta yhteisön kulttuurista (Van Maanen 1988). Tutkijan kommunikoimiin representaatioihin saattaa sisältyä osioita, jotka jättävät tilaa erilaisille, jopa ei aiotuille tulkinnoille. Tutkijan tutkimuksen representaatioihin voikin sisältyä ongelmakohtia. Kirjoittamisen tuloksena ei välttämättä synny arvovapaita näkemyksiä tutkimuksen kohteista. Tutkija voi myös kirjoituksissaan ja käytänteissään joko tietoisesti tai tiedostamatta viestiä ja vahvistaa tiettyjä käsityksiä toisten näkemysten kus-

tannuksella. Kirjoittavan tutkijan on tiedostettava erilaiset valtasuhteet, joita tieteelliset representaatiot voivat ylläpitää, uudistaa tai haastaa. Tämän vuoksi on tärkeää nostaa esiin tieteellisen kirjoittamisen ja julkaisemisen poliittiset kytkökset ja erityisesti tutkijan etiikka. (Moisander & Valtonen 2006.)

Nykyetnografian osamuodot ovat moninaisia ja monimuotoisia. Yhtäältä ne kykenevät toiminaan itsenäisinä muotoina, ja toisaalta eri muodot voi toimia rinnakkaisina, toisiinsa liudentuvina elementteinä jonkin autonomisen etnografian sateenvarjon alla (ks. esim. Brewer 2004, 312). Tutkimukseni etnografinen osamuoto, aistietnografia, sisältää autoetnografian, visuaalisen etnografian ja virtuaalietnografian avulla kerättyä limittäistä, aistirikasta aineistoa. Seuraavaksi esittelen tämän tutkimuksen kannalta tärkeitä etnografian muotoja, autoetnografian ja visuaalisen etnografian. Niiden avulla tuotetaan varsinaiselle tutkimusmetodologialle olennaista aistillista aineistoa.

5.1.3 Autoetnografia

Viimeisen kahden vuosikymmenen aikana auto-etnografian hyväksyntä ja sen käyttö on lisääntynyt (Allen Collinson 2008; Ellis & Bochner 2000; Spry 2001). Norman Denzin ja Yvonne Lincolnin (2000) mukaan autoetnografian määrittelemistä ja muotoutumista voidaan pitää yhtenä olennaisimmista laadullisen tutkimuksen kehitykseen vaikuttaneista osatekijöistä. Denzin (2003) katsoo autoetnografian olevan jopa tulevaisuuden etnografian valtavirtaa. Tämä näkemys vaikuttaa ymmärrettävältä, sillä esimerkiksi Carl Henry Dethloff (2005, 59) kertoo autoetnografian koostuvan kahdesta pääelementistä. Perustana toimii etnografia (antropologia), jonka päälle rakentuvat autobiografiset tai henkilökohtaiset narratiivit (auto). Amanda Coffeyn (1999) ajattelu on yhdenmukainen Denzinin ja Dethloffin kanssa: ”jokaisessa etnografiassa on enemmän tai vähemmän autoetnografiaa, koska etnografinen itse on aina mukana tutkimusprosessissa...” (Coffey 1999). Antropologi Karl Heider (1975) oli ensimmäinen, joka käytti *auto-etnografia*-termiä, mutta kuitenkin David Haynoa (1979) pidetään yleisesti autoetnografian isänä. Hän (mt. 1979) muotoili termin liittymään ja rajautumaan kulttuurintutkimukseen, jossa tutkija tarkastelee vain omiaan (Allen Collinson 2008; Anderson 2006; Ellis & Bochner 2000). Tutkija on siten sisäpiiriläinen – natiivi. Hän tuntee intiimisti tutkittavan ryhmän, ja tämän hyveen avulla hän saavuttaa ryhmän täysimääräisen jäsenyyden.

Ennen kuin autoetnografia juurtui nykyisiin eri asioita painottaviin haaroihinsa, siihen on vaikuttanut lukuisat samankaltaiset tai rinnastetut käsitteet (Reed-Danahay 1997). Esimerkiksi Carolyn Ellisin ja Arthur Bochnerin (2000) tuovat esiin 33 erilaista, samankaltaista termiä. Kendall Smith-Sullivan (2008) puolestaan rajaa tätä joukkoa väitöskirjassaan 17 käsitteeseen, jotka ovat lähemmin osallistuneet autoetnografiseen muoto-opin kehitykseen. Autoetnografia ei ole muodoltaan täysin yhtenäinen etnografian osamuoto. Autoetnografiat poik-

keavat ennen kaikkea tekijöidensä mukaisista erilaisista painotuksista *tutkimusprosessin* (graphy), *kulttuurin* (ethnos) ja *minän* (auto) suhteen (Reed-Danahay 1997, 2). Tämän seurauksena ei ole olemassa yhtä autoetnografian normimuotoa tai oikeaa tapaa toteuttaa sitä (Allen Collinson 2008). Andrew Sparkesin (1995, 380) mukaan autoetnografiassa ei ole sijaa tiukoille normimuotoisille kaanoneille, sillä joustamattomuus on innovatiivisuuden surma. Sparkesin (1995) mukaan autoetnografien tulee pyrkiä kertomaan vaihtoehtoisista mahdollisuuksista. Tehävänä ei ole kuitenkaan sanella sitä, mitä pitää tehdä.

Eroista huolimatta autoetnografiasta on löydettävissä yhteisiä puitteita. Sen ymmärretään olevan autobiografisen kirjoittamisen ja tutkimuksen lajityyppi, joka kykenee tuomaan esiin tietoisuuden monialaisuuden sekä kytkemään henkilökohtaisuuden kulttuuriin (Ellis 2004; Ellis & Bochner 2000). Autoetnografia on henkilökohtaisen narratiivin muoto – sisäinen tarina – joka asemoi minän keskiöön. Se on perinteisen etnografian tapaan sekä metodi että teksti (Reed-Danahay 1997).

Minän keskiö tarkoittaa sitä, että autoetnografisen tutkimuksen tekijä on yhtä aikaa sekä subjekti että objekti – etnografi tutkii siten itseään (Moisander & Valtonen 2006) qua-ryhmän tai luokan jäsenenä (Allen Collinson 2008). Tällöin tutkijan ei välttämättä tarvitse mennä kentälle, hänhän elää jo siellä. Moisanderin ja Valtosen (2006) mukaan tällöin tullaan haastaneeksi perinteinen akateeminen näkemys sekä tutkittavan ja tutkitun erottamisesta että etäisestä tukijasta. Tällaisen haastamisen perusteena on näkemys siitä, että autoetnografisella henkilökohtaisella lähestymistavalla voidaan saavuttaa asetelmia, joihin ei muutoin päästä (mt. 2006). Carolyn Ellisin ja Arthur Bochnerin (2000) mukaan ymmärtämällä yksilöä ja yksittäistä voidaankin saavuttaa myös ymmärrystä yleisestä tai toisista.

Autoetnografiset esitykset kirjoitetaan tyypillisesti ensimmäisen persoonan äänellä, ja ne sisältävät tilannekohtaisia, yksityiskohtia keskusteluja, tunteita, itse-tietoisuutta sekä historian yhteiskunnallista rakennetta ja kulttuurin sävyttämiä, ellei värittämiä tarinoita (Ellis & Bochner 2000). Esimerkiksi fenomenologisen autoetnografian teoreettisena lähtökohtana on se, että tutkijan luomat tarinat kykenevät piirtämään esiin sen, miten tutkija *kokee* kohteena olevan ilmiön omasta asemastaan käsin (Valtonen 2009). Autoetnografisen tutkimusprosessin erityispiirteenä on pyrkimys yhdistää yksityiskohtaiset kenttämuistiinpanot ja kentän analysointi mielen muistioilla (headnotes, Sanjek 1990). Tekstuaalisten tarinoiden muodostamisessa tutkijan autoetnografinen katse liikkuu edestakaisin suuntautuen ensiksi *ulospäin*, jolloin etnografinen laaja näkökulma kohdistuu hänen sosiaaliin ja kulttuuriin kokemuksiinsa. Seuraavaksi autoetnografi katsoo *sisäänpäin* – itseensä – pelkäämättä paljastaa omaa haavoittuvaista itseään. Hänen on uskaltauduttava heittäytyä teksteihin ja teksteillään kuvaamaan tuntojaan tutkittavaan ilmiöön liittyen.

Kirjoittajan on hyväksyttävä myös se tosiasia, että hän voi liikuttua tai loukkaantua työstään saamasta palautteesta (ks. Ellis 2004; Ellis & Bochner 2000).

Kritiikki tekstiä tai jopa henkilöä itseään kohtaan voi olla vähemmän imartelevaa, ellei nöyryyttävää (Edwards & Skinner 2009). Autoetnografi menettääkin vallan ja oikeuden lukijoille ja heidä omiin tekstitulkintoihin – sanoja ei voi enää saada takaisin (Ellis 2004). Autoetnografian tulisi muistaa kirjoittaessaan olla itsereflektiivinen, esimerkiksi pohtimalla kriittisesti seuraavanlaisia kysymyksiä: Minkälaisia seuraamuksia tunnustukselliset kirjoitukset ja avautuminen laajemmille yleisölle voivat tuottaa? Miten autoetnografinen työ voi muuttaa tekijän tai lukijan minuutta? (ks. Ellis 2004; Ellis & Bochner 2000.)

Autoetnografisilla teksteillä voi olla vaihtelevia muotoja. Ne voivat olla esimerkiksi lyhyitä tarinoita, novelleja, runoja, fiktioita, valokuvaesseyitä tai taiteellisia esityksiä (ks. Ellis & Bochner 2000; Moisander & Valtonen 2006). Eri muodot voivat myös sekoittua toisiinsa. Olipa tekstin muotoasu mikä tahansa, autoetnografisten tekstien tarkoituksena on kutsua ja herätellä lukemaan ja tarjota mahdollisuutta *toisille* nähdä tutkimuksen kohde – kenttä – *minuuden* näkökulmasta. Autoetnografisen tekstin tai tarinan tavoitteena on tehdä tilaa keskustelulle (Jones 2005) paitsi itsemme, myös lukijoidemme kanssa (Ellis 2004). Näissä keskusteluissa lukija pohtii kirjoittajan tarinaa oman elämäntarinansa silmien kautta, kirjoittajan silmissä hänestä tulee *minä*, lukijasta *sinä* ja asiasta *me* (mt. 2004).

Keskustelujen myötä mahdollisesti lisääntynyt tietoisuus voi yllyttää sosiaaliseen ja kulttuuriseen muutokseen (Ellis & Bochner 2000; Jones 2005). Oppimisen ja avartumisen ohella onnistunut autoetnografinen teksti voi olla terapeutttinen kokemus niin kirjoittajalleen itselleen kuin lukijoilleen. Koskettavathan autoetnografiat usein varsin arkoja, usein vaiettuja, poissuljettuja ellei näkymättömäksikin muuttuneita asioita (Valtonen 2012) antaen näin mahdollisuuden käsitellä niitä (Moisander & Valtonen 2006).

Jokainen autoetnografinen teksti, olivatpa ne henkilökohtaisia narratiiveja tai fiktiota, ovat aina osittaisia ja tilannekohtaisia. Niiden akateemisen hyvyyden ja oikeutuksen määrittää lopulta lukija. Onnistuuko tarina piirtämään sellaisen kokonaisuuden (esim. analyttisen, kokemuksellisen, käytäntöteoreettisen), että se herättää lukijassaan elävän elämän makua, uskottavuutta sekä aitoutta? Ohjeena tällaisen kokemuksen aikaansaamiseksi on ehdotettu luovia, mukansatempaavia ja mielikuvia herättäviä tapoja kirjoittaa. Niiden avulla avataan ehkä menneisyyden muistijälkiä ja aistimuksia. (ks. Ellis 2004; Ellis & Bochner 2000.)

Autoetnografista tutkimusta on harjoitettu eri tieteenaloilla koskettaen eri teemoja, niin arkaluonteisia kuin arkisempiakin. Hyvin usein autoetnografiset tutkimukset ovat poikkitieteellisiä ja sulauttavat sisälleen kahdesta kolmeen tieteenalaa, esimerkiksi johtamisen ja kasvatustieteen (esim. Mäkelä 2007). Taulukossa yksi (1., s. 117) on muutamia esimerkkejä arkaluonteisista ja arkisista teemoista.

TAULUKKO 1. Arkaluontoisia ja arkisia tutkimusteemoja.

Tieteenala	Teema	Tekijä
Kulutustutkimus	Kehon pienuuden merkitykset ja sen kulttuurinen tuottaminen	Valtonen 2009; 2012
	Koiran ja omistajan moninaiset suhteet	Jyrinki 2010
Markkinointi	Itsetutkiskelu erotiikan kulutuksen romantisoimisesta	Brown 1998
	Itsetutkiskelu valokuva-albumin tuottamasta arvosta	Holbrook 2005
Naistutkimus	Vartalon varastoimat muistot raiskauksesta ja rakkaudesta	Minge 2007
	Nykyteknologian sukupuolistavat käytännöt	Uotinen 2008
Kasvatustiede	Tyttöjen aiheuttamat ongelmat luokahuoneessa naisopettajan näkökulmasta	Autrey 2003
	Rehtorin toimenkuvan arki	Mäkelä 2007

Autoetnografia soveltuu hyvin erilaisten kehollisten ja aistillisten kokemusten kuvaamiseen (Ellis 2004). Sitä onkin sovellettu esimerkiksi kehollisten aktiviteettien kokemusten kuvaamiseen (esim. Allen Ness 2004) ja kehollisten ongelmatilanteiden, kuten urheiluvamman, (esim. Allen Collinson 2003) kuvaamiseen. Niin ikään autoetnografiaa on käytetty kehollisen aktiviteetin (Sparkes 2000; 2002) ja moniaistisuuden ymmärtämisen välineenä (Sparkes 2009).

5.1.4 Visuaalinen etnografia

Visuaalisessa etnografiassa aineistot ovat moninaisia. Ne voivat olla esimerkiksi valokuvia, elokuvia, videoita, piirroksia, lehtileikkeitä, kollaaseja, hypermediaa, CD-ROM- ja DVD-levyjä tai virtuaalista materiaalia (mm. Belk & Kozinets 2005; De Valck et al. 2009; Pink 2007). Erilaiset representaatiot tarjoavat mahdollisuuksia tallentaa, dokumentoida, kuvata tai selittää ihmisten ymmärryksiä ja sosiaalisia maailmoja (Berg 2008). Visuaalinen etnografia voidaankin määrittää etnografisen tutkimuksen osamuodoksi, jonka kenttätyössä on käytetty edellä lueteltuja tai jotain muuta visuaalista tallennustapaa (Banks 2001). On syytä kuitenkin painottaa, että mikään visuaalinen tutkimusmuoto ei suinkaan ole täysin ja ainoastaan visuaalista (Berg 2008).

Valokuvia, videoita ja muita visuaalisia kuvastoja hyödynnetään yhä enemmän etnografisissa töissä (Pink 2007). Visuaalisen tutkimuksen, kuten visuaalisen etnografian, yleistymisen syitä ovat erityisesti uudet tekniset innovaatiot (esim. digitaalinen kamera tai video), toteuttamisen suhteellinen helppous sekä huokeus (mm. Belk & Kozinets 2005; Moss 2008). Visuaalisen etnografian tapauksessa episteeminen, tieto-opillinen keskiö on visuaalisissa ominaisuuksissa ja niitä peilaavissa aineistoissa, se voi pitää sisällään kuitenkin muitakin aineistomuotoja,

esimerkiksi narratiiveja, diagrammeja, graafeja tai historiikkeja (Pink 2007). Visuaalisia etnografisia aineistoja pidetään nykyään kuitenkin ennen kaikkea kulttuurisina kuvauksina, kuvina ja teksteinä, jotka illustroivat etnografista tietoa kentän kulttuurisesta tuottamisesta, sosiaalisesta vuorovaikutuksesta (Berg 2008; Moisander & Valtonen 2006).

Visuaalisen etnografian *alkujuurien* katsotaan olevan klassisen antropologisen tutkimuksen perinteessä, jolloin tutkijat tarjosivat valokuvia tukemaan selontekoa. Valokuvat toimivat antropologisten tutkimuspyrkimyksien visuaalisina tukipilareina – varsinainen etnografia perustui kuitenkin tutkijoiden havainnointeihin pohjautuviin narratiiveihin. Valokuvien sekundaarinen käyttö kehittyi klassisten antropologien (mm. Malinowski) töiden myötä visuaaliseksi antropologiaksi, joka oli varsin suosittua 1920–1950-luvuilla. Perinteinen visuaalinen antropologia nojasi uskomukseen, että kulttuuri ilmaistaan ja tuodaan julki luonnollisessa ympäristössä muotoiltujen ja ilmaistujen symbolien avulla. Nämä symbolit ovat sulautuneet erilaisiin eleisiin, seremonioihin, rituaaleihin sekä artefakteihin, jotka ovat kuitenkin tutkijan havainnoitavissa (Ruby 1996.) Oletus kyvystä havainnoida kulttuuria objektiivisesti oli selkeässä yhteydessä positivistisiin oletuksiin audiovisuaalisesta teknologiasta neutraalina, läpinäkyvänä ja objektiivisena menetelmänä. Näkemyksen mukaan todellisuus kyettiin tallentamaan filmille uskottavasti ilman tutkijan tietoista tai tiedostamatonta vaikutusta. (Ks. Berg 2008; Edwards 1992; Rokka 2010.) Visuaalisia kuvastoja pidettiin maailman tilaa kuvastavina realistisina dokumentteina (mm. Edwards 1992; Moisander & Valtonen 2006).

Tuoreemmat jäljet visuaalisesta antropologiasta kohti nykypäivän ja eri tieteenalojen visuaalista etnografiaa ajoittuvat 1960–1980-luvuille. Tuolloin visuaalisen antropologian pioneerit, kuten esimerkiksi Collier (1967) ja Mead (1975) joutuivat ponnistelemaan vakuuttaakseen yhteiskuntatieteellisen tiedeyhteisön siitä, että visuaalisilla kuvastoilla on legitimitetti, oikeutus toimia, olla olennaisena osana etnografista havainnointia. (ks. Berg 2008; MacDougall 2006; Ruby 1996.) Taiston käännyttyä visuaalisen etnografian voitoksi alkoi laajempi keskustelu visuaalista realismia vastaan. 1980–1990-luvuilla yhteiskuntatieteissä, kuten myös visuaalisessa tutkimuksessa, pohdittiin tutkijan, informantin sekä osallistujan välisien suhteiden uudelleen määrittämistä yhdessä osallistumisen ja yhdessä tekemisen viitekehyksistä katsoen. Tämä näkökulma liittyi nousevaan nykypäivän visuaaliseen etnografiaan. Tällöin vahvistui näkemys myös siitä, että visuaalisen kuvaston merkitys rakentuu sekä kuvaajan että katsojan toimesta – molemmat toimijat omaavat sosiaalista ymmärrystä ja mielenkiintoa visuaalista tapahtumaa kohtaan (Berg 2008; Ruby 1996). Toisin sanoen uusi visuaalinen etnografia nojautuu kulttuuriseen näkemykseen, jonka mukaan todellisuus on sosiaalisesti rakentunutta, sekä siihen, että kulttuurinen ymmärryksemme on aina epätäydellistä ja parhaimmillaankin vain alustavaa (Moisander & Valtonen 2006).

Tavallisia visuaalisen etnografian muotoja ovat etnografinen valokuva ja elokuva sekä photo-elicitation-sävytteiset tekniikat. Etnografisia valokuvia käytettiin

jo 1900-luvulla haastatteluissa apukeinona aikaansaamaan haastateltavista vastetta. Valokuvat ja erilaiset visuaaliset aineistot voivatkin edesauttaa keskustelun virittämässä. Valokuvat voivat rakentaa siltoja tuntemattomien välille, muodostamaan väyliä tuntemattomiin ja ennalta näkemättömiin ympäristöihin ja asioihin (Collier & Collier 1986). Valokuvat voivat piirtää esiin suoraan kuviin liittyviä narratiiveja, mutta ne voivat myös innostaa ihmisiä reflektoimaan tapahtumia tai kokemuksia, jotka eivät suoranaisesti liity tarkasteltavaan visuaaliseen materiaaliin – tarinat kumpuavat esiin kuvien houkuttelemassa (Kaplan & Lewis 2005).

Kameran ohella visuaalisten etnografien työvälineisiin voi lukeutua elokuva-kamera tai videokamera. Työvälineisiin perustuvan etnografian tuloksena voi olla visuaalinen kuva-aineisto tai jopa oma itsenäinen etnografinen kokonaisuus: etnografinen filmi tai videografia. Etnografista filmiä ei tule sekoittaa dokumenttifilmiin. Dokumenttifilmin keskiössä on esittää argumentti, perusteltu väite, joka saa yleisön hyväksymään ja ottamaan tietyn katsantokannan. Etnografiset filmit ovat luonteeltaan enemmän kuvailevia, ne valtaistavat yleisöä omien johtopäätöksiensä ja näkemyksiensä tekemiseen (Heider 2006; De Valck et al. 2009). Sekä dokumentit että etnografiset filmit nojaavat näkemykseen siitä, että ei ole olemassa sellaista objektiivista totuutta, joka voidaan tallentaa filmille. Ne eroavat toisistaan siten, että dokumentti tarjoaa näkymän maailmasta, esimerkiksi tietyn ongelman ja siihen liittyviä dilemmoja. Etnografinen filmi on puolestaan representaatio siitä, mitä tuodaan esille – korostaen filmin tekijän, informanttien ja katsojien refleksiivisyyttä sekä subjektiviteettia (Heider 2006). Niin ikään dokumenttifilmissä esimerkiksi juontajan äänen ja muiden äänien, näkymien ja editoinnin tehtävänä on ohjata tiettyyn ymmärrykseen (De Valck et al. 2009). Etnografisessa filmissä äänillä, näkymillä ja editoidulla liikkeellä ei niinkään ole tavoitteena tuottaa tarkempaa kentän kuvausta, vaan muuttaa elokuvakameran niin metodillista kuin tieto-opillista asemaa (Colleyn 2009).

Videokameran avulla tapahtuva kuvaaminen voi tallentaa sen, mitä ihmiset tekevät tilannekohtaisen toteutuksen aikana (Belk & Kozinets 2005). Videokameralla on mahdollista saada kiinni tutkimusilmiön temporaalista tapahtumien virtaa, kulttuurillisesti tähdellisiä hetkiä sekä ihmisten ja materiaalistien objektien välistä interaktiota (ks. Elliot & Jankel-Elliot 2003). Videokuva-aineisto on parhaimmillaan hyvinkin tarkkaa, ja sen aikaan saamiseen vaaditaan verrattain vähän aikaa (Paju 2009). Tutkimuksen haastattelut voidaan myös kuvata ja tallentaa videokameran avulla. Tällaiset taltioidut haastattelut voivat taltioida haastattelutilanteessa kasvojen ilmeet, kehon kielen – proksemiikan ja kinestiikan – joita voidaan jälkikäteen koodata sekä analysoida (ks. Belk & Kozinets 2005). Videokuva-aineistoa voidaan hyödyntää myös tutkimuksen representaatioissa. Videografiasta puhutaan silloin, kun videokameratyöskentely muodostaa etnografisen tutkimuksen perustan. Videografia voidaan asemoida dokumenttifilmin ja etnografisen filmin välimaastoon. Videografian kohteeksi sopivat erityisesti vuorovaikutuksen rakenteet sekä tavat keskittären huomiota toimintaan, vuoro-

vaikutukseen ja sosiaalisuuden ilmenemiseen (Knochlauch 2006). Videografian keskiössä ei ole niinkään kentällä olo, vaan videoanalyysi, sekventiaalinen kat-santo videoituun aineistoon (Paju 2009). Videografian vahvuutena, aivan kuten etnografisen filminkin, on se, että sen avulla voidaan jakaa kuvattujen ruumiillisia ja aistillisia aistimuksia (Colleyn 2009; Paju 2009). Se ei kuitenkaan aina tapahdu suoraviivaisesti (Pink 2009).

Photo-elicitation (kuva-elisaatio) ja sen eri osamuodot (esim. *refleksiivinen valokuvaus ja photovoice*) hyödyntävät valokuvia tai elokuvia virikkeenä haastat-teluissa. Niillä pyritään saavuttamaan syvää ymmärrystä tarkasteltavasta ilmiöstä. (Berg 2008; Zainuddin 2009.) Haastattelujen tarkoituksena on visualisointien avulla piirtää esiin piilevää tietoa esimerkiksi rutiininomaisten asioiden, tapahtu-mien tai tilanteiden merkityksistä asianosaisille sekä näkemyksiin vaikuttaneista erilaisista taustatekijöistä (mm. Heisley & Levy 1991). Niin ikään kuva-elisaation avulla voidaan voimistaa tutkimukseen osallistuvien äänenpainoja sekä vaikutus-valtaa tutkittavan ilmiöön liittyvien tulkintojen ja representaatioiden suhteen (esim. Harper 2002; Heisley & Levy 1991; Moisander & Valtonen 2006). Tämä on tärkeää, sillä itse kuvat eivät koskaan aukene itsestään eivätkä itsessään ilmaise mitään, ne vaativat aina katsojansa – merkityksellistäjäänsä (ks. Sontag 1977). Korostettu vastaajien ääni parantaakin edellytyksiä tutkia kohteena olevan ilmiön eri osioita pintaa syvemältä (esim. Harper 2000). Kuva-elisaatioon metodina voi liittyä myös jälleen-valokuvaamista, jossa aiemmin valokuvatusa ilmiöstä otetaan uusintaotos, jolloin mahdollista muutosta voidaan pohtia sekä tutkijan että tutkittavien toimesta (ks. Berg 2008).

Refleksiivinen valokuvaus (Parker 2009) hyödyntää haastateltavien omia valo-kuvia. Haastateltavia pyydetään osallistumaan refleksiiviseen haastatteluun, jossa he peilaavat ottamiensa valokuvien syvempiä merkityksiä. *Autodriving*-tekniikka on yksi tällainen muoto. Autodriving-tekniikassa tutkimukseen osallistuvien itse ottama visuaalinen materiaali, valokuvat tai videot, muodostavat ja ohjaavat tätä haastatteluprosessia (ks. Loeffler 2004). Nämä visuaaliset kuvastot on otettu haasteltavien toimesta *ennen tutkimusta* ja ilman tutkijan erillistä pyyntöä.

Photovoice-tekniikassa tai *valokuvanovellissa* (Berg 2008; Harper 2002) tutkija antaa tutkimukseen osallistujille kamerat ja pyytää heitä valokuvaamaan tiettyjä elämän osa-alueita. Osallistujien ottamat arkielämän visualisoinnit muodostavat kuvien sisällöistä käytävien keskustelujen perustan (Wang & Burris 1997). Valo-kuvanovelli muodostuu puolestaan osallistujan valokuvista järjestetyistä tapah-tumasarjoista, joista rakentuu tarina. Syntyneet tarinat voivat herättää sarjan muodostajassa tunteita tai ne voivat ilmentää yksilön näkökulmia elämästä, kult-tuurista tai sosiaalisesta todellisuudesta (Berg 2008).

Britta Carlssonin (2001) mukaan valokuvien avulla pyritään usein osoittamaan intensiivisiä tunnetiloja, juhlahumua, onnistumisen hetkiä tai yhteenkuuluvuutta – vangitsemaan muistoja niin kutsutuista Kodak-hetkistä. Nämä mahdollistavat visuaalisia aineistoja tarkastelevaa etnografia kysymään sekä itseltään että tutkit-

taviltaan ”mitä kuvista ilmenee?”, mutta myös ”mitä kuvista ei ilmene?” tai ”minkälaisia hetkiä kuvista hukkuu tai mistä vaietaan?” (ks. Moisander & Valtonen 2006). Visuaalisissa kuvastoissa piilevien tai puuttuvien tekijöiden määrittäminen voikin edistää tutkimusta. Aivan kuin ravihevoselta poistetaan sivusuuntaan tai taakse katsomisen estävät kokolaput, tutkijakin voi huolellisen analyysin kautta tarkastella tutkittavaa ilmiötä uusista lähtökohdista – paljastaen valokuvien ja tutkimuksen sokeita pisteitä. Tutkimukseen osallistuvien itse tuottamat kuvat voivat myös auttaa tutkijaa oikomaan tutkimusta koskevia mahdollisia erheellisiä esioletuksia ja/tai muokkaamaan tutkimuskysymyksiä (Loeffler 2004; Peñaloza & Cayla 2007).

Visuaalisissa tutkimusmetodeissa on rajoituksia, joita on syytä pohtia. Esimerkiksi Gillian Rose (2001) painottaa sitä, että analysoidessa visuaalisuutta tulisi huomioida se keskusteluna, joka piirtää esiin tiettyjä asioita tietyin tavoin jättäen osan asioista näkymättömiin. Niin ikään Belk ja Kozinets (2005) korostavat, ettei ole olemassa mitään sellaista kuin neutraali kuva tai neutraali lähestymistapa kuvastoon. Näin ollen visuaalisen etnografin tulee pohtia kuvan konkreettista ottajaa ja hänen esioletuksiaan, olipa kyse tutkijasta itsestään tai jostakusta muusta henkilöstä. On mietittävä visuaalisia ratkaisuja (esim. kuvakulmia), joita kuvaaja on tehnyt, sillä niillä on merkittäviä vaikutuksia kuvastoista tehtäviin tulointoihin ja argumentointeihin. (Moisander & Valtonen 2006.) Douglas Harperin (2000) mielestä itse havainnoinnin teko onkin läpikotaisin tulkinnallinen, sillä havainnoidakseen on tehtävä valintoja esimerkiksi käytettävistä näkökulmista. Banks (2001) puolestaan väittää, ettei visuaalisia kuvia voida täysin ymmärtää, ellei pohdita kuvastojen tekijän aikomuksia ja hänen tavoittelevansa yleisöä. Banks (mt. 2001) problematisoi lisäksi visuaalisten kuvastojen lukemista – tutkija ei voi vain kuunnella, kun kuvat puhuvat. Visuaaliset kuvastot ovatkin potentiaalisesti kulttuurillisilla merkityksillä ladattuja. Tutkijan tulee tiedostaa myös ne teorit, joiden kautta hän kuvia pyrkii purkamaan.

5.2 Aistietnografia tutkimusmetodina

Elämme maailmassa, joka on täynnä erilaisia tuoksuja, makuja, ääniä ja näkymiä. Ihmisten ymmärrys itsestään, toisista tai laajemminkin maailmasta on linkittynyt aisteihin. Tunnen esimerkiksi rakkaani tuoksun. Tuoksun vaihtuminen, esimerkiksi oman hajuni uudentuminen – vaikkapa teollisten tuotteiden jäljeltä – jättää jäljen. Minua ei tunnisteta enää tutuksi, muutun toiseksi. Aistit muovaavat tämän ymmärryksen. David Howesin (2005) mukaan aistimukset ovat tärkein kulttuurisen ilmaisun alue. Niiden kautta yhteiskunnalliset arvot ja käytännöt välittyvät sekä toteutuvat (mt. 2005). Huolimatta aistien ilmeisestä merkittävyydestä on kiinnostava tehdä huomio siitä, etteivät kaikki aistit ole tulleet huomioiduksi tai edustetuksi samantarvoisesti länsimaaisessa yhteiskunnallisessa elämässä.

Classenin ja Howesin (2006) mielestä eurooppakeskeinen kulttuuri korostaa okularismia eli silmän hegemoniaa, joka määrittää sekä yleistä länsimaista kulttuuria että akateemista kirjallisuutta. Jo Platonin ajoista lähtien näköaistia on pidetty puhtaimpana niin moraalisesti kuin epistemologisesti (Synnott 1991). Näin ei kuitenkaan ole aina ollut. Stoller (1981, 8) tuo julki sen, että 1700-luvulla kognitiivinen ymmärrys näköaistista oli vähäisempää kuin tunto-, haju- tai kuuloaisteista. Valistuksen ajan myötä ajatukset muuttuivat. Stollerin (1981) mukaan erityisesti näköaisti ja sen merkitys nousi tieteellisen kulttuurin valtaistuimelle. Tieteellisen tutkimuksen empiria tukeutui rationalismiin. Tutkimus painotti empiiristä havainnointia, jolloin näköaisti sai etuaseman, syrjäyttäen muut aistit alempiarvoisiksi. Tämä tarkoitti sitä, että tieteellisen objektiivisuuden nimissä tutkimus painotti ja arvosti etäisiä aisteja (näkö, kuulo) lähiaistien (tunto, haju, maku) asemesta (Falk 1994). Tämän näkemyksen mukaisesti ennen kaikkea katseen ja näön avulla voimme ymmärtää ympärillä olevaa maailmaa. Siten näöstä tuli puhdas ja validi aisti. Se syrjäytti kaikki muut aistimukset ja teki niistä valheellisia, epämukavia ja moraalittomia (van Ede 2009).

Positivistisen tieteenäkemyksen mukaan näköpohjainen havainnointi sisältää kaksi etua muihin tiedonkeruuntapoihin nähden (van Ede 2009). Ensimmäisenä etuna pidettiin etäännyttämistä, jossa havainnoinnin kohde kyettiin erottamaan tutkijan ammattitaidosta, henkilökohtaisista näkökulmista ja esioletuksista. Toisin sanoen tutkijan subjektiivisuutta pystyttiin vähentämään minimiin visuaalisen aineiston objektiivisuuden myötä. Uudet optiset teknologiat, kuin myös kehittyneemmät mittausinstrumentit, ovat edesauttaneet visuaalisen aineiston keräämistä. Toisena etuna pidettiin sitä, että uudet teknologiat lisäävät mahdollisuutta toistaa tutkittavaa. Teknologiat mahdollistavat myös kokeilevampaa tutkimusotetta. Tällainen yrityksen ja erehdyksen kautta oppiminen mahdollistaa positivismin mukaan havainnoimisen ja analyysin syvällisemmän tekemisen. (van Ede 2009.)

Näköaistin ja silmän hegemonian korostaminen peilaantui tutkimuksen ohella laajemminkin yhteiskuntaan (Fabian 1983). Silmän imperiumi yhdistettiin korkeampiin säätyihin, poliitikkoihin, älykköihin, eurooppalaisiin ja ennen kaikkea miehiin. Naisilla katsottiin olevan luonnollisia kykyjä alempien aistien (haju, maku, tunto) aistimiseen. Sen mukaan oli perusteltua, että naisten roolina oli toteuttaa alempiin aisteihin liittyviä tehtäviä, kuten siivoamista, ruoanlaittoa ja huolenpitoa (Classen 2005). Aistien avulla määritettiin myös kulttuureita ja valta-asetelmia. Primitiiviset kansat liitettiin alempiin aisteihin. Huipulla oli tietysti eurooppalainen silmä-mies, jota seurasi aasialainen korva-mies, natiivi amerikkalainen nenä-mies ja viimeisenä afrikkalainen iho-mies (Classen 1993). Ennen kaikkea silmän ja kuulon ylivalta jatkui aina 1960-luvulle, jolloin keskustelut kahteen aistiin rajautumisen riittämättömyydestä alkoivat (Howes 2005).

Varsinainen aistillisen käänteen alku ajoittui 1980–1990-luvuille (Classen 1997). Se oli vastakkainen kannanotto kahteen aistiin rajautumiselle, mutta se ilmensi myös kapinahenkeä psykologista aistiperseptiota vastaan (Howes 2005).

Tällöin aistianthropologian (mm. Howes 1994; Jackson 1983; Stoller 1989/1992) ja aistillisen maantieteen (mm. Rodaway 1995) pioneerit siivittivät julkaisuillaan moniaistillisuuden ajanhenkeä, jossa tunnustetaan kaikkien aistien olennaisuus niin ihmisten kuin ympäristöjen välisessä kanssakäymisessä (Howes 2005). Constance Classenin (1997) mukaan aistianthropologiassa ei ole kysymys niinkään siitä, että joistakin aisteista tehtäisiin kulttuurillisesti toisia tärkeämpiä tai vähämerkityksisempiä. Aistianthropologian tarkoituksena on tarkastella, kuinka merkityksiä tuotetaan ja välitetään eri aistien avulla (Classen 1997).

Aistianthropologiaa voidaan pitää erityisenä episteenä lähestymistapana, joka korostaa sitä, että ymmärtääksemme ihmisten kanssakäymistä toisten ihmisten sekä ympäristön kanssa on olennaista huomioida eri aistit ja niiden moninaisuus (Howes 2003, 54). Stollerin (2004) mukaan aistianthropologiassa on löydettävissä kaksi pääsuuntausta. Ensimmäisen painopiste on muodostaa erilaisia aistijoukkoja rikkaasta aistiaineistoista (mm. Desjarlais; Jackson; Stoller). Toisen aistianthropologisen suuntauksen keskiössä (Stoller 2004) on monikulttuurisen aistitiedon vertaileminen ja erilaisten aistiprofilien sekä järjestysten tekeminen (mm. Classen & Howes 2006). Molemmissa suuntauksissa on menetelmällisesti etnografinen painotus. Yhteenvetäen, aistianthropologiassa on kolme keskeistä teemaa: 1) tarkastella tutkijan aistiymmärryksen ja kulttuurin välistä suhdetta 2) tarkastella näköaistin asemaa suhteessa toisiin aisteihin ja 3) korostaa kehollisen tiedon merkitystä kulttuurin rakentumisessa (Howes 2003).

Varhaisemmat aistillisen käänteen tutkimukset ovat tuoneet julki arvokasta lisäymmärrystä esimerkiksi aistien fenomenologisesta (esim. Rodaway; Stoller) luonteesta erityisesti yksittäisten aistien näkökulmasta (Valtonen et al. 2010). Esimerkiksi *kulttuurintutkimuksen* aistillinen käänne tuo esiin, kuinka aistit – haju (Classen 1993), tunto (Paterson 2009), kuulo (Bull 2004), näkö (Banks 2001) ja maku (Lindstrom 2005) – ovat latautuneet paitsi individualistisesti, myös kulttuurisiin arvoihin ja merkityksiin. Viime vuosina on vakiintunut käsitys siitä, että kaikki aistit ovat mukana enemmän tai vähemmän jokapäiväisessä elämässämme, olkoon kyse kodinhoidon (Pink 2009) tai turistikohteen (Croux & Desforges 2003) merkityksellistämistä tai sosiaalisten suhteiden muodostamisesta.

Visuaalisen etnografian tärkeyden ja ansion tunnistaen eri tieteenalojen tutkijat ovatkin lisääntyvissä määrin haastaneet visuaalisen dominanssin, esittäen argumentteja etnografisen prosessin moniaistisesta luonteesta (Howes 2005). Niin ikään vallitsevan käsityksen mukaan aistit ovat usein toisiinsa yhteenkietoutuneita. Puhumme tällöin *synestesiasta*, aistien sekaantumisesta, jossa yksi aistituntemus laukaisee toisen, jolloin ne voivat yhtyä toisiinsa muodostaen rikkaan vuorovaikutuksellisen aistihavainnon – eräänlaisen aistisikermän (Howes 2005; Rodaway 1995). Nykypäivän hektiseen maailmaan liittyy myös mahdollisuus *hypersynestesiaan*, jolloin valtavan aisti-informaatiokuorman uuvuttamat ihmiset ovat pakotettuja joko tietoisesti tai tiedostamattaan turruttamaan tai jopa sulkemaan vastaan tulevia aisti-impulsseja (van Ede 2009).

Aistien monimuotoisuus asettaa haasteita tutkimusmetodille. Regina Bendixin (2005) mukaan aistien havaitseminen ja havainnointi sekä tavoiteltu aistiymmärrys edellyttävät metodilta kykyä tarrautua sellaiseen tietoon ja aineistoon, jota ei välttämättä kyetä ilmaisemaan suullisesti. Siten se on hankalasti haastatteluin tai perinteisen ulkopuolisen havainnoinnin kautta saavutettavissa. Etnografisella otteella on potentiaalia kontribuoida ymmärrykseemme aistihavaintojen kokonaisuudesta ja aistien käyttämisestä sekä aistiarvostuksien kulttuurillisista taustoista (Bendix 2005; Conquergood 1991). Erityisesti yksi tietty etnografisen metodologian muoto, aistietnografia, pyrkii vastaamaan näihin haasteisiin.

2000-luvun taitteessa vallitsi konsensus siitä, että etnografisen käytännön tulisi olla refleksiivistä, sukupuolisesti tiedostunutta (esim. Kaprow 1997) ja kehollista (esim. Coffey 1999). Aistietnografia tiedostaa ja allekirjoittaa tämän, se pyrkii kuitenkin laajentamaan olemassa olevaa etnografisen koulukunnan näkemystä. Aistietnografiassa uudelleen ajatellaan etnografista prosessia ja erityisesti niitä toteuttavia käytännön ja käsitteellisten tekojen sarjoja. Tällainen uudenlainen toteutus voi johtaa uusien aistinäkökulmien sekä ymmärrysten kehittymiseen (Valtonen et al. 2010.)

Viimeisten vuosien aikana on pyritty kehittämään moniaistillisuuden tutkimisen mahdollistavia tutkimustapoja erilaisissa tieteenaloissa ja konteksteissa. Aistillisessa antropologiassa on tutkittu muun muassa museoita erityisenä aistimaisemana (Classen & Howes 2006) tai pohjoismaisia tinglyhteisöjä (kerääjäyhteisö) aistihavaintojen kautta (Rantala 2010). Maantieteissä tutkimuksen kohteena on ollut esimerkiksi haptisen tiedon luonne (Paterson 2009). Liikuntatieteen keskiössä on ollut puolestaan urheilun ja aistien yhteenkietoutuminen (Sparkes 2009). Niin ikään aistietnografia on noussut esiin sosiologisessa antropologiassa Sarah Pinkin (2009) *Doing Sensory Ethnography* -teoksen kautta. Pink (2009) ehdottaa kirjassaan, että etnografista prosessia tulisi pohtia reflektiivisesti sekä huomioida kokemuksellinen aistillisuus. Pink (2009) korostaa aistien tutkimisessa fenomenologista kokemuksellisuutta ja etnografisesti kokeilevaa otetta. Pian tämän jälkeen kauppatieteilijät Anu Valtonen, Vesa Markuksela ja Johanna Moisander (2010) jatkoivat aistietnografista kehitystyötä.

Väitöskirjani metodologia jatkaa ennen kaikkea Valtosen ja kollegoiden (2010) mukaista tulkintaa aistietnografiasta. He (mt. 2010) lisäävät tuoreen teoreettisen viitekehyksen aistit huomioivaan etnografiaan, joka yhdistää kulttuurintutkimuksellisen käytäntöteorian etnografiseen menetelmämuotoon. Näin aistit ovat osa metodologista tarkastelua. Painotus tässä aistietnografian muodossa on kulttuurillisessa näkökulmassa aisteihin – yksittäisten aistien tai individualististen kokemusten sijaan. Kulttuurillinen lähestymistapa mahdollistaa Valtosen ja kollegoiden (mt. 2010) mukaan laajemman näkemyksen kuin monet aiemmat tavat, joissa aistit ja aistillisuus ovat osana nykypäivän yhteisöjä sekä kulutuskulttuuria. Heidän työssään yhteisön sosiaalinen elämä ja kulttuuri nähdään perustuvan kollektiivisiin, sosiohistoriallisesti kehittyviin tietorakenteisiin, merkityksiin sekä

ymmärryksiin. Valtonen ja kollegat (mt. 2010) näkevät reckwitziläisittäin kulttuurisen näkökannan asustavan käytännöissä – ei niinkään mielessä, keskusteluissa tai muissa kanssakäynneissä.

Toimintaperiaatteiltaan aistietnografiat tai aistilliset etnografiat noudattavat perinteisemmän etnografian muotoja ja menettelytapoja (Sparkes 2009; Valtonen et al. 2010). Esimerkiksi Sarah Pink (2009) näkee omassa aistietnografian suuntauksessaan havainnoinnin etnografisen tutkijan ainoana keinona saavuttaa ymmärrystä tarkastelemistaan kulttuureista. Tutkimusotteeni tukee tätä näkökulmaa, mutta se korostaa Pinkin näkemystä enemmän tutkijan asemaa sisäpuolisena havainnoijana (mm. Gherardi; Tedlock). Tällöin etnografi on osallistuva tekijä, joka sisältä käsin kykenee tai ainakin pyrkii muodostamaan näkemyksen käytäntöön liittyvistä rutiineista ja ajallisesti sekä kontekstin mukaan muuttuvista käytännöistä. Sisäpuolisen tarkkailijan etuna on se, että hän voi löytää niitä käytäntöjä, jotka muodostavat yhteisön liimaamalla yhteen ihmiset, tuotteet sekä sosiaaliset suhteet. Käytäntöteoreettisesti suuntautunut sisäpuolinen tutkija voi olla kiinnostunut esimerkiksi aistein havainnoidusta kehollisesta tiedosta, tietyssä käytännössä tai tietyssä kontekstissa (Strati 2008). Sisäpuolisessa havainnoinnin toteutuksessa etnografi myös havainnoi omaa osallistumistaan Tedlockin (1991) näkemysten mukaisesti. Tämän aktiviteetin aikana kriittinen reflektio kiinnittyy tutkijan omaan toimintaan kehollisessa ja aistillisessa viitekehyksessä, esimerkiksi muistoiden ja narratiivien avulla. Etnografi voi siten tarkastella ja laajentaa omaa etnografista työkalupakkia (Stoller 2004). Tutkijan tulee siis tietoisesti ja refleksiivisesti kiinnittää huomiota aisteihin läpi tutkimuksen suunnittelun, uudelleen tarkastelun, kenttätöön sekä analyysin ja representaation ajan (Pink 2009).

Toimintaperiaatteellisista yhteneväisyyksistä huolimatta soveltamani aistietnografinen tutkimus ja tutkijan tehtävät eroavat perinteisestä etnografiasta. Aistietnografiassa tutkija pyrkii sisäpuolisena jäsenenä valaisemaan yhteisön jakamaa, mutta muuttuvaa aistiymmärrystä. Tutkimukseni aistietnografinen menetelmä ei liioin tyydy tutkimaan vain näköaistin asemaa suhteessa toisiin aisteihin. Sen keskiössä on sen sijaan tarkastella eri aistien osallistumista tai osallistumattomuutta sekä liudentumista käsillä olevaan käytäntöön ja sen osioihin. Aistianthropologisen tutkimuksen tavoin (ks. Howes 2003) tutkimukseni aistietnografia korostaa kehollisen tiedon merkitystä kulttuurin rakentumisessa, onhan tutkimuksen ja tutkijan episteeminen huomio suuntautunut kehollisiin aistikäytäntöihin.

Tutkimuskontekstissani aistietnografiaa toteuttavan etnografian tehtävänä on saavuttaa ymmärrystä siitä, kuinka kohteena olevaa yhteisöä muodostetaan kehollisessa toiminnassa. Ennen kaikkea on pohdittava sitä, kuinka kehon kautta ruumiillinen ja aistillinen harrastaminen mahdollistuu sekä sitä, kuinka aistit nivoutuvat toiminnan eri osiin. Huomion kohteena on myös liike: kalastavien kehojen ja kalojen liike sekä ei-inhimillisten elottomien välineiden, kuten veneiden liike, joka vie kalastajia paikasta toiseen. Moottorivetouistelussa itse vene on

jatkuvassa liikkeessä vesielementissä, ja miehistön jäsenet suorittavat kalastuskäytännön tekoja veneessä: virittivät ja käyttivät kalastusvälineistöä, sopeuttavat kehon liikettä veden liikkeen ja muun veneen miehistön kehojen koreografiseen liikkeeseen sopivaksi. Niin ikään huomion kohteena on toiminnan ja välineiden hallinnan ohella se, kuinka liikkuva ja muuttuva ympäristö osaltaan hallitsee ja muovaa yhteisökäytäntöä.

Tutkimusilmiöön nähden ulkopuoliselle etnografille tutkittavan ilmiön moninaisuuden ja merkityksien ymmärtäminen edellyttää monipuolista ja systemaattisesti kerättyä aineistoa ja käyttöä varsinkin silloin, jos kenttä on tutkijalle ilmiönä tuntematon (Atkinson et al. 2001). Tässä tutkimuksessa tarkasteltava ilmiö *kalastuskilpailukäytäntö* sekä keskiössä oleva yhteisö eivät ole tutkijalleen tuntemattomia. Olen harrastanut henkilökohtaisesti vetouistelua ja siihen liittyvää kilpailutoimintaa enemmän tai vähemmän vakavasti 18 vuoden ajan. Pidän itseäni Dreyfusin veljesten (1986) osaamisen skaalalla pätevänä uistelijana. Niin ikään tutkittava yhteisö on tullut minulle tutuksi aiempien pro gradu- ja lisensiaatintutkielmien myötä. Tutkimustoimintani myötä olen huomannut kasvaneeni yhteen tutkittavaan yhteisöön – olevani veljeskunnan sisäpiirissä. Kentän oma-kohtaisesta läheisyydestä (vrt. Atkinson et al. 2001) huolimatta päädyin keräämään aineistoa eri metodien avulla.

Aistietnografian sateenvarjon alle voidaan kytkeä erilaisia itsenäisiä etnografian osamuotoja toimimaan rinnakkaisina, toisiinsa liudentuvina, soveltuvina ja tarkoituksenmukaisina elementteinä tuottamaan aistirikasta aineistoa kulloiseenkin käytäntötutkimuskontekstiin. Tutkimuksessani kenttätöön muodoiksi valikoituivat sellaiset etnografiset tavat (esim. havainnointi, visuaalinen materiaali, narratiivit), jotka mahdollistavat erilaisien aistien, kehon, ympäristön ja tuotteiden interaktioon tarttumisen. Käyn läpi yksityiskohtaisemmin tutkimukseni kenttätöitä ja aineistoa seuraavassa kappaleessa 5.3. Kenttätöön havainnoinnin aikana kilpailun luonteen tutkiminen määrittyi monikenttäiseksi. Ysikäntäinen tarkastelu ei olisi kyennyt kattamaan tapahtuman ja käytännön eri sekvenssejä, rytmejä ja liikettä. Monikäntäinen kenttätö ajoittuu tapahtumiin ennen kilpailua, kilpailun aikana ja kilpailun jälkeen.

Etnografisen tutkimuksen näkökulmasta tutkimusilmiön tuttuus asetelmana avaa sekä myönteisiä että haasteellisia suuntia. Esimerkiksi etnografisen *esikäntätö* kannalta sisäänpääsy, *entrée*, yhteisöön oli jo aiemmin hankittu ja ansaittu – portit olivat avoimet. Lisäksi esituntemus ilmiöön tarjosi pohjaa tutkimussuunnitteluun: strategian, metodin ja teoreettiseen viitekehyksen konstruktion. Esikäntätöön tutkimusasetelmassa jaoin käytäntöteoriaan ja oman kokemukseeni pohjautuen kilpailukäytännön alustaviin toiminnan episodeihin ja pohdin niissä asuvia (*indwelling*) tai niihin uppoutuvia tehtäviä ja toimia. Verrattain läheinen suhde ilmiöön ei kuitenkaan poistanut tarvetta pohtia esikäntätöissä rooliani havainnoijana, tai suhteita tutkittaviin. Päinvastoin, tutkinhan eräällä tapaa omiani. Tämä reflektio jatkui esikäntätöön jälkeen myös kentällä.

Omakehohtaisen kokemuksen – natiiviuden – myötä *kentällä olossa* minun ei tarvinnut totutella kalastuskäytäntöön toisten ulkopuolisen havainnoinnin kautta. Tutun kentän haaste on se, kuinka tehdä asteittain etäisyyttä ”meihin” ja muuntaa totuttua tutkimuksellisesti mielenkiintoiseksi aineistoksi. Ongelmallista on niin ikään se, kuinka ihmetellä käytäntöä, kun se on aikansa muovannut sitä harjoitettavaa subjektiä. Konkreettisesti, kuinka tutkia tai edes tunnistaa rutiineita, kehollisia tekemisiä tai sanomisia tuoreesti, ilman liiallisia esioletuksia – palata näkemään asiaa tuorein, vastaanottavin silmin.

Pohdin kentällä olon pituuden vaadetta tutkittavan ilmiön kautta. Yhteisöä ylläpitävä kalastuskilpailukäytäntö ilmiönä ei ole luonteeltaan pysyvä, vaan määrittäminen. Kilpailujen kesto vaihtelee 8–12 tunnin välillä. Kalastuskilpailutapahtuma voi olla luonteeltaan äkkinäinen ja dynaaminen, käytännön toteutus tapahtuu muuttuvassa luonnontilassa. Tutkimuskontekstissani ilmiön tarkastelu perinteisen pitkäkestoisen etnografian muodossa, elää yhteisön parissa, ei ollut mahdollista. Tutkimussuunnittelun yhteydessä pohdin myös kykeneekö niin kutsuttu pikaetnografia piirtämään kyllin hyvin aistien moninaisuutta ja huomioimaan ajan tai sään mukaan muuntuva käytännön olemusta. Tutkimusstrategisessa ratkaisussa päädyin siihen, että vierailen toistuvasti tutkittavien parissa kilpailuissa, tutkivana kalastajana. Monivuotiseksi päätyneen kenttätöön jatkamisen ja päättämisen risteys, kiasman, määrittävät lopulta yhtäältä aineiston saturaatio ja toisaalta kirjoitetulle raportille asetetut ajalliset takarajat.

Kentältä poistuminenkaan ei tässä tutkimusyhteydessä ollut ongelmatonta. Heli Vaaranen (2002) tunsi kenttätöön päätettyään tunteneensa halua palata takaisin kaahalemaan. Omalla kohdallani tilanne on toinen. Uistelu on ollut lempiharrastuksiani jo ennen tutkimuksiani, ja olen nykyisin tutkittavan yhteisön, kotikaupunkini kalastusseuran jäsen – miten voin siis lähteä kentältä? Lopettamalla vetouistelun tai eroamalla seurayhteisöstä? Kenttätöön aikana tehdyissä reflektioissa havahduin siihen, että tutkimustyö on muuttanut suhtautumistani aktiiviteetin harrastamiseen, halu mennä kalaan on hiipunut. Kulttuuriantropologi Richard Wilkin kanssa Ankaran lentokentällä käydyssä keskustelussa vuonna 2007 pohdimme tutkimuksen ja lempiharrastuksen yhdistämiseen liittyviä riskejä. Wilk kertoi, ettei hän itse kalastuksen harrastajana uskaltaisi tehdä tekemääni tutkimusratkaisua. Hän pelkäsi tutkimuksen myötä menettävänsä jotakin oleellista. Tapauksessani ratkaisuna on ehkä uudelleen opetella kalastamisen ilo ja pyrkiä poisoppimaan kalastamiskäytäntö tutkimuksen problemaattisena kenttänä. Ryhtyä vain pyytämään, kalastamisen vuoksi, vaikka mitään ei tulisikaan – aivan niin kuin aina ennenkin.

Tutkimukseni esioletuksena oli huomioida ja havainnoida kaikkia aisteja sekä niiden yhteenkietoutumista kussakin yksittäisessä kalastuskilpailukäytännön osatehtävässä. Kenttätöprosessin aikana kävi kuitenkin ilmeiseksi se, että kaikkien aistien yhtäaikainen huomiointi on varsin haastavaa, ellei mahdotonta. Tämän johdosta tein muutoksen tutkimusstrategiaan fokusoitumalla kentällä yhteen

aistiin kerrallaan, kuitenkin huomioimalla muiden aistien yhteenkiinnittymistä ja vuorovaikutusta keskiössä olevaan aistiin. Andrew Sparkesin (2009) mukaan jotakin käytäntöä tai samaa tilaa voidaan lähestyä eri tavoin. Esimerkiksi kuntosalia voidaan aluksi havainnoida ja kuvailla sitä, mitä katsomalla nähdään. Toisella kerralla huomio voikin sitten olla Bullin ja Backin (2003) mukaisessa syväkuuntelussa ja äänimaiseman kuvailussa tai siinä, mitä osaa ääni näyttelee salin arjessa. Myöhemmin keskiössä voi olla ihomaisema ja se, kuinka kosketus on mukana merkityksien luomisessa ja ylläpitämisessä tai haju- ja makumaiseman tarkasteluissa.

Strategiani kulloiseenkin huomioitavaan aistiin oli kuitenkin joustava, se eli kalastuskäytännön vikkellästi muuttuvien ja usein myös odottamattomien tilannekohtaisten tekijöiden mukaan. Dynaamiset liikkuvat tilanteet korostavat usein myös tiettyä aistia tai eri aistiyhdistelmää. Esimerkiksi voimakkaan tuulen nostattamat aallot keinuttavat vedessä liikkuvaa venettä ja sen kyydittämiä kalastavia kehoja. Tällaiset hankalat jopa myrskyisät olosuhteet painottavat ennen kaikkea tasapainoaistin merkitystä käytännössä, kun taas hajuaisti tai kuuloaisti toisiinsa kytkeytyneinä voi näyttellä tärkeää roolia sään ja vesistöolosuhteiden muutoksien ennakoimisessa. Ratkaisuni oli siirtyä havainnoimaan kulloinkin ilmaantuvaa tilannetta ja sen korostamaa aistia tai aisteja siirtäen mahdollisen alkuperäisen aistifokuksen tilapäisesti syrjään. Tämä strategia mahdollistaa tutkijaa tallentamaan ja tarttumaan käytännön kulussa olevien aistien asemaan ja vaihtelevaan merkitykseen sekä siihen, kuinka aistit ovat toisiinsa kietoutuneita (Pink 2009). Herättelen siis aistillisuuden osuutta harrastamiskäytännön toimiin.

Kolmivuotisen kenttätöön ja rinnakkaisen teoreettisen syväluennan ansiosta kehitin askel askeleelta aistitietouttani. Tällaisen virittäytymisen myötä on mahdollista asetella kysymyksiä eri aistimuodostelmista ja linkityksistä. Vähitellen onnistuin saavuttamaan syvälle luotavaa ja seikkaperäistä ymmärrystä siitä, kuinka olennainen osa aisteilla on urheilukalastuksen toteutuksessa, sekä siitä, että katsominen, kuunteleminen tai koskettaminen eivät ole erillisiä toimintoja, vaan ne ovat saman käytännön eri puolia.

Aistietnografiassa on pohdittava sitä, kuinka sekä tutkijan että tutkittavien aistit voidaan tuoda esiin representaatioissa (Krane & Baird 2005). Ricen (2003, 9) mukaan aistien keskinäisen vuorovaikutuksen mielekäs analysointi, jopa omassa kulttuurisessa miljöössä, edellyttää muutoksia etnografisessa representaatioissa. Esimerkiksi kuuloaistin kohdalla tulisi vahvistaa ja harmonisoida auditiivisia sanontoja etnografisissa teksteissä sekä edelleen kehittää äänitutkimuksen sanastoa ja siten kuvailemisen ytyä (mt. 2003). Hockey ja Allen Collinson (2007) ovat artikkelissaan samoilla linjoilla. He esittävät representaatioiden usein epäonnistuvan kuvailemaan ja ilmentämään eläväisesti tekemisen, erityisesti urheilun, kokemuksellisuutta. Analyttinen urheilun kehollinen ja aistillinen kuvaus kaipaa heidän mukaansa akateemista huomiota (mt. 2007).

Stollerin (1997, xv) mukaan puolestaan etnografisten tekstien aistillisissa representaatioissa on taipumus kohdella kehoa ikään kuin tekstinä, jota voidaan lukea ja analysoida. Näin tehden keho tulee riisutuksi – tuoksuistaan, mausta, tuntumastaan sekä kiputiloistaan – aistillisuuden vaatteistaan. Merkittävää tällaisissa kirjoituksissa on taipumus ilmaista itseään ei-kehollisen kielen keinoin, verettömällä ja elottomalla ilmaisulla, joka vahvistaa mielen ja kehon erontekoa. (Mt. 1997.) Stollerin (1997) mielestä aistillisen koulukunnan jäsenten ei tulisi kuitenkaan tyytyä tällaiseen, vaan heidän tulisi etsiä ja luoda uusia aistillisen kehon keskusteluja, jotka luovivat aistittavan ja analyttisen rajapinnoilla; mahdollistaen siten kehollisen ja ei-kehollisen akateemisen argumentoinnin. Tuloksilla on mahdollista saavuttaa aistillisesti maukasta ja tyyliä etnografista tekstiä, joka kykenee kantamaan ja sisältämään tiheitä aistillisia kuvauksia sekä eläviä kielikuvia, joilla avataan ovia moniaistisen tutkimuksen maailmaan. (Stoller 1989/1992; 1997.)

Vaikka tieteenharjoittajat onnistuisivatkin tuottamaan mielikuvia herättäviä ja aistikkaampia kirjoittamisen tapoja, on heidän mukaan huomioitava ja pohdittava sitä, onko kirjoitettu teksti sopivin representaation muoto aistillisuuteen (Sparkes 2009). Esimerkiksi tietyt visuaalisten kuvastojen muodot, kuten videotaltiointi tai filmi, kykenevät taltioimaan visuaalisuuden ja auditiivisuuden, mutta tekstuaaliset representaatiot eivät kykene tällaiseen suoraan aistimuksen välittämiseen.

Tekstuaalisen representaation heikkous on samalla sen vahvuus – mikään aisti ei nouse eikä sitä nosteta etuoikeutetun asemaan. Sen sijaan visuaaliset kuvastot tekevät sen korostamalla näköaistia ja kuuloaistia. Tekstuaaliset esitykset tuovat myös selkeästi esiin sen, että vastaanotettua tietoa pidetään aina tulkittuna sekä siivilöityneenä. Howesin (2003) tapaan Stoller (1989/1992) näkee tekstuaalisten representaatioiden, erityisesti narratiivisen etnografian, olevan etuasemassa erilaisiin filmitaltiointeihin nähden. Filmin narratiivinen kertomus on yksittäistä kuvaa tai ääntä tärkeämpi. Kertomus muodostaa filmin perustan, jonka kautta aistiaineisto välittyy yleisölleen (Stoller 1989/1992). Sparkesin (2002) mielestä aistillista presentaatiota voidaan syystä pitää tarinana, ja etnografia sen kertojana.

Omassa tutkimuksessani ja sen aistietnografisessa representaatioissa esiintyy sekä perinteisemmän tieteellisen kirjoittamisen käytäntöjä että autobiografisia narratiiveja – kalatarinoita. Niin ikään representaatioissa esiintyy erilaisia visuaalisia kuvastoja. Kenttätyössä tehtyjä mielen muistioita ja muistiinpanoja sekä niistä myöhemmin laadittuja kenttäpäiväkirjoja sekä tarinoita ei voida pitää yksioikoisina ja suoraviivaisina muisteluina tai tutkimuksellisten aukkojen paikkaamisena (Valtonen et al. 2010). Sitä voidaan pikemminkin pitää prosessina, jossa aktiivisesti muodostetaan johdonmukaista tapahtumaketjua sekä kuvataan tapahtumakonteksti (mt. 2010). Kentällä oleva etnografi myös aloittaa alustavan analyysin järjestämällä käytäntöä osiin ja päättäen samalla, mitä otetaan, ja mitä suljetaan tarkastelujen ulkopuolelle (Emerson et al. 1995).

Tutkimukseni konteksti, kalastuskäytäntö muuntuu vesistötiloissa, aiheutti ongelmatilanteita ja haasteita aistietnografian toteutuksessa. Eräs niistä oli aistil-

lisuuden avaaminen lukijoille riittämättömän sanaston avulla. Länsimainen kie-
liperinne tapaa preferoida visuaalisia kielikuvia (Pocock 1981). Rodawayn (1995)
mukaan esimerkiksi haju- ja maku-aistin metaforat ovat visuaalisia rajatumpia.
Niin ikään tekniseen toteutukseen liittyvät vaikeudet aiheuttivat päävaivaa, kuten
esimerkiksi kuvaamisen ja kalastamisen yhdistämisen vaikeudet, tai kuvaami-
sen mahdottomuus aaltojen pompottamassa veneessä tai vesisateessa. Teknisen
toteutuksen haasteellisuuteen liittyvät myös äänimaiseman taltioinnin vaikeudet.

Kalastuskilpailun erityispiirteisiin liittyvät sitä ohjaavat ja määrittävät säännös-
töt. Eräs sellainen on veneestä poistumisen salliminen vain tietyissä, rajatuissa
paikoissa. Tämän vuoksi esimerkiksi tarpeiden tekeminen täytyy käytännössä
tapahtua veneessä itse tehdyissä pikavessoissa toisten katseiden alla. Kuinka täl-
laista likaista etnografista tietoa voi välittää? Tietyt kenttätöön tapahtumat vaati-
vat puolestaan eettisiä pohdintoja. Kisan jälkeisiin käytäntöihin liittyy kansallisen
tapakulttuurin mukaisesti usein saunontaa sekä alkoholin nauttimista, jolloin vel-
jeskunnan keskustelut saattavat satunnaisesti siirtyä kisakeskustelujen ulkopuo-
lelle ja koskettaa muita asioita. Tällaiset keskustelut toimivat selvästi yhdistävinä
toimina. Päätin kuitenkin luopua mielenkiintoisen, mutta mahdollisesti haitalli-
sen aineiston käytöstä.

5.3. Tutkimuskohde ja kenttätö

Tutkimukseni keskiössä on tekijöilleen mielekkään harrastuksen, moottoriveto-
uistelun, ympärille rakentunut yhteisö, Rovaniemen Moottoriuistelijat (RoMu)
ry. Suomen vetouistelutoimikunnan puheenjohtajan, Kari Tuomisen (2008),
mukaan Rovaniemen Moottoriuistelijat ry on Lapin suurin moottorivetouiste-
luun erikoistunut seura (jäsenmäärä noin 100) ja merkittävä toimija koko Suo-
men mittakaavassa. Seuran kotipaikka on Rovaniemi, mutta jäseniä on nykyään
muualtakin Suomesta. Rovaniemen Moottoriuistelijat ry on vuonna 1992
perustettu yhdistys, jonka tarkoituksena on ylläpitää ja kehittää vetouisteluhar-
rastusta sekä edistää jäsenten harrastustoimintaa ja muuta sosiaalista toimintaa.
Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys järjestää jäsenilleen kilpailuja ja koulu-
tustilaisuuksia. Niin ikään seurayhteisö on vuoteen 2012 saakka toiminut yhden
Lappi-Cupin osakilpailun järjestäjänä.

RoMu ry on yhdistyslainsäädännön mukaan määrämuotoisesti organisoitunut.
Sen toimintaan osallistuminen edellyttää maksullista ja virallista, mutta vapaaeh-
toista jäsenyyttä. Yhteisön jäsenyys ei ole keinotekoinen tai instrumentaalinen,
vaan sillä on oma arvonsa, jota kannattaa tavoitella sen itsensä vuoksi (Mar-
kuksela 2009). Tämä harrastusyhteisö on puolittain suljettu yhdistys. Suljetulla
yhteisöillä ei tässä tarkoiteta sitä, että yhteisön yhteydet toisiin yhteisöihin olisi-
vat tiedostetusti rajoitetut. Suljettu viittaa tässä rajoitettuun yhteisön jäsenyyteen,

kuten on esimerkiksi jossain metsästysseuroissa. Puolittain suljettu yhteisö ei rekrytoi ulkoisesti, vaan uusia jäseniä pyydetään enimmäkseen henkilökohtaisesti liittymään seuraan. Uusia jäseniä ei liity usein, mutta yhteisön elinvoimaisuus säilyy vanhojen jäsenien vähäisen poistuman kautta. Tämä mahdollistaa myös sen, että yhteisön jäsenet tulevat toinen toisilleen tutuiksi, jopa hyviksi ystäviksi. (Markuksela 2009.) Tutkittava yhteisö onkin ennen kaikkea sosiaalinen organisaatio. Yhteisön jäsenet tapaavat säännöllisesti toisiaan – kasvotusten. He myös viestivät aktiivisesti puhelimitse tai virtuaalisesti toinen toisilleen (esimerkiksi sähköpostilistan tai seuran omien web-sivujen välityksellä). Jäsenet osallistuvat vuoden mittaan erilaisiin sosiaalisiin aktiviteetteihin (esimerkiksi seuran kokouksiin ja yhteisön jäsenten välisiin kilpailuihin). Seurayhteisö elää ja toimii siten varsinaisen toiminnan, kalastuksen ja kalastuskauden, hiljaisina hetkinäkin.

Tutkittava seura täyttää helposti Muñizin ja O’Guinnin (2001, 412) yhteisöille esittämät sisäisen yhteenkuuluvuuden, yhteisten rituaalien ja perinteiden olemassaolon sekä moraalisen vastuullisuuden kynnyksarvot. RoMu:n jäsenet ovat tietoisia yhteenkuuluvuudestaan sekä yhteisön jakamista, vallitsevista näkemyksistä arvokkaista, oikeista ja hyväksytyistä toimintatavoista – *jalokalastajan käyttäytymissäännöistä* (Markuksela 2009). Hyvän moottorivetouistelijan tärkein ominaisuus on sosiaalinen toimintatapa, johon sisältyy toisten ihmisten ja ympäristön huomioon ottaminen ja kunnioittaminen, vuorovaikutukseen ja asenteisiin liittyvä avoimuus sekä seurallisuus. Tämän yhteisön jäsenet kokevat harrastuksensa sosiaaliseksi. Selkeä enemmistö harrastajista kuvaa moottorivetouistelun kautta syntyneitä ystävyys-suhteita hyviksi ja tärkeiksi. Harrastajat korostavat myös kaveripiirin samanhenkisyyttä ja sen tärkeää merkitystä. Harrastuksen sosiaalinen luonne ja kalakaverit on olennainen osa moottorivetouistelu-harrastuksen viehätysvoimaa. Harrastajat pitävät kaveripiirin menettämistä merkittävänä harrastuksesta luopumisen oheiskustannuksena. Yhteenkuuluvuus ja sitoutuminen on ilmeistä. (Markuksela 2009.)

Yhteisön jakaman näkemyksen mukaan jalokalastajaa luonnehtivia ominaisuuksia ovat sopivat luonteenpiirteet, joita ovat rauhallisuus, innostuneisuus, määrätietoisuus, rehellisyys sekä kadehtimaton luonteenlaatu. Tärkeimpiä hyvän moottorivetouistelijan ominaisuuksia ovat moottorivetouisteluun liittyvät tiedot ja taidot. Hyvä moottorivetouistelija tuntee eri vesistöt sekä sääolosuhteet ja niiden vaikutuksen kalastukseen. Hän hallitsee sekä kalastusvälineistön käytön että niiden huoltamisen. Hyvän moottorivetouistelijan ominaisuuksia ovat myös saalisvarmuus ja kisamenestys. (Markuksela 2009.)

Tutkimukseni kohteena olevalla harrastusyhteisöllä on myös Muñizin ja O’Guinnin (2001) mukaisia yhteisön tunnusmerkkeihin lukeutuvia perinteitä ja rituaaleja, kuten esimerkiksi vuosittain juhlallisessa tilaisuudessa jaettava Vuoden RoMulainen -tunnustuspalkinto. Niin ikään yhteisö jakaa ja kantaa moraalista vastuullisuutta. Seuran toimintaperiaatteisiin kuuluu kalastusta koskevien laki-

säädösten noudattaminen ja yhteisön jäsenten auttaminen vinkkien tai käytännön tekojen muodossa, kalakaveria ei jätetä -periaatteen mukaisesti.

Tutkittava yhteisö on kohtuullisen pitkäikäinen. Se on sisäisesti heterogeeninen. Yhteisö huokuu erilaisia preferenssejä ja tapoja toteuttaa harrastusta (Markuksela 2009). Jalokalastajakoodin ja kilpailuorientaation ohella pitkälti ainoa homogeeninen piirre yhteisössä on sen sukupuolittuneisuus, seuran jäseniin lukeutuu ainoastaan yksi nainen. Seuraa voidaan siten kutsua vetouistelun veljeskunnaksi.

Paneudun tutkimuksessani yhteen, tutkittavalle harrastusmuodolle yleiseen ja tätä tiettyä veljeskuntaa yhdistävään käytäntökokonaisuuteen – kalastajien väliseen kilpailutoimintaan. Kalastuskilpailut ovat järjestettyjä tapahtumia, joissa joukko kalastajia kalastaa kannustimien – palkintojen, voiton tai julkisen huomion – vuoksi kalan saannin ohella (Schramm et al. 1991, 4). Lajikohtaisesti kansallisesti arvostettu saavutus on päästä osallistumaan Vetouistelun Suomen Mestaruuskilpailuun. Tie sinne vie menestymällä aluekuntatasolla. Suomen 20 alueellisesta cup-kilpailukokonaisuudesta pohjoisessa on kaksi: Lappi-Cup ja Pohjanmaan Pohjola-Cup. Näistä ensiksi mainitun osakilpailut sijaitsevat lähempänä tutkittavan yhteisön jäsenistöä.

Toteutin *aistietnografisen kenttätöön* erityisessä kulttuurisessa ympäristössä, *Lapissa*, osallistumalla kalastuskilpailutapahtumiin, yhteensä 22:een Lappi-Cupin kilpailuun kesien 2007, 2008 ja 2009 aikana täydentäen myöhemmin esille nousseita kysymyksiä seuran jäsenten omissa mestaruusmittelöissä. Tutkijan roolina oli ottaa osaa kenttätöössä 8–12 tuntia kestäviin kalastuskilpailuihin ja toimia niissä kalastajana muiden joukossa, miehistön jäsenenä toisten veneessä tai omassa, korostaen siten Gherardin (2009) mukaista sisäistä havainnointia.

Aistietnografian käytännön toteutuksessa keräsin monenlaista aineistoa käyttäen erilaisia aineistonkeruutapoja: havainnointia (kirjoitettu muistiin kenttämuistioiden ja kenttäpäiväkirjojen muodossa), keskusteluja (mm. epämuodollisia keskusteluja tapahtumapaikoilla), visuaalista materiaalia (valokuvia, visuaalisia esseitä, videoita) sekä autobiografisia kertomuksia. Aineistokeruu on monipaikkainen ja ajoittuu tapahtumiin ennen kilpailua, kilpailun aikana ja kilpailun jälkeen eri tilanteissa autotallilla, taukopaikalla, kisapaikalla, yöpymispaikalla tai veneessä. Tutkijana kiinnitin tietoisesti ja refleksiivisesti huomiota aisteihin läpi tutkimusprosessin: tutkimuksen suunnittelun, uudelleen tarkastelun, kenttätöön, analyysin ja representaation ajan, mahdollistaen ja tuoden esiin aistien läsnäoloa kalastusyhteisön käytännössä. Taulukossa kaksi (2., s. 133) esitetään tutkimukseni aineistot.

TAULUKKO 2. Tutkimusaineisto.

Aineistomuoto	Kuvaus	Kuvaus	Rooli
Raakamuistiinpanoista ja mielenmuistioista laaditut kuvailevat kenttämuistiinpanot ja päiväkirjat	Kenttähavainnot 2007–2009	Kenttähavainnot 2007–2009	Ensisijainen
Autobiografiset kertomukset	Narratiiveja kisan osatehtävien tapahtumista ja kehollisista aistitoimista muuttuvassa paikassa	6 kappaletta	Ensisijainen
Epäviralliset keskustelut	Kilpailukeskusteluja	10 sivua	Ensisijainen
Valokuvat	Itseotettuja, toisten ottamia ja virtuaalisivustoilta otettuja; kuvista järjestetty visuaalinen essee	1500 kappaletta	Ensisijainen
Videot	Itseotettuja, toisten ottamia ja virtuaalisivustoilta otettuja	4 tuntia	Ensisijainen
Lehtijutut	Vetouistelu-lehti	Vuosikerrat 2007–2011	Toissijainen
Virtuaaliaineisto	www.vetouistelu.com	Vuodet 2007–2009	Toissijainen

Konkreettinen tutkimusaineisto koostuu 89 sivusta kenttämuistiinpanoja, kuudesta (6) autobiografisesta narratiivisesta kertomuksesta, jotka kuvastavat kilpailun osatehtäviin sijoittuvaa kehollisaistillista käytännön toimintaa, 1500 valokuvasta, neljästä (4) tunnista videomateriaalia, visuaalisesta esseestä sekä lukuisista 22 kisatapahtumaan sisältyvistä keskusteluista. Niin ikään aineistoon lukeutuu vetouisteluun erikoistunutta lehtiaineistoa ja virtuaaliympäristöön sijoittuvaa aineistoa.

Monipuolisen tiedonkeruun tavoitteena on saavuttaa rikasta aineistoa. Tutkimuksessa hyödynnetyt eri aineistonkeruutavat kykenevät tarrautumaan ja tuomaan esiin erilaisia näkökulmia käytäntöön, aisteihin, paikan muodostumiseen sekä kulttuuriseen ymmärrykseen. Esimerkiksi kilpailukäytännön toteuttamisen aikana tehdyt mielen muistiot sekä niistä myöhemmin laatimani kenttäpäiväkirjat liittävät dekonstruoidun kilpailukäytännön kehollisiin tehtäviin aistillisuuden, yksi aisti kerrallaan. Erillisen aistipäiväkirjan avulla täydensin ymmärrystä ais-

tien moninaisesta kietoutumisesta käytäntöön (ks. Pink 2009). Aistipäiväkirjan ja uusien kenttäpäiväkirjojen myötä mielen muistiot muuttuivat ja täydentyivät esimerkiksi synestesian, aistien yhteenkietoutumisen suhteen. Aineistoon sisältyy myös erilaisia narratiiveja, esimerkiksi keskusteluita. Ymmärrän keskustelun tutkimuksessani laaja-alaisesti. Se pitää sisällään kilpailun tuoksinassa tai kilpailun jälkeen puhutut kalajutut tai muistelot, puhelinkeskustelut tai kilpailukäytäntöä ohjaavat puheenvuorot. Näistä tarkemmin seuraavassa kappaleessa (5.4.).

Visuaaliset aineistot, kuten kuvat tai videot itsenäisenä materiaalina, tarjoavat ottajansa näköhavaintoja vangiten tietyn tapahtuman pysähtyneeseen kuvaan tai toiminnalliseen elävään kuvaan. Toisaalta visuaalinen aineisto voi yhdyntä johonkin toiseen aineistonkeruutapaan, esimerkiksi keskustelemaan haastatettuun tai narratiiviseen tekstiin. Visualisoinnit voivat myös johdattaa haastattelua, kuten photo-elicitation- ja autodiving-tekniikoissa. En sovelta tutkimuksessani puhdasta photo-elicitation-tekniikkaa, sillä visuaalisen kuvaston kohteena ja tulkitsijana toimii itse tutkija. Visuaaliset aineistot tarjosivat pohjaa tekemiseen, tilanteeseen ja paikkaan liittyviin muistoihin sekä assosiaatioiden valottamiseen ja analysoimiseen. Ne toimivat muistelun työvälineenä (Collier & Collier 1986), jolloin katselija siirtyy katselemaansa aukaisten tällöin ymmärrystä esityksestä ja siihen liittyvistä ruumiillisista käytännöistä. Harrastajien itsensä tallentamat Kodak-hetket voivat puolestaan vangita kohteidensa kasvojen ilmeitä peilaten kontekstuaalisia affektioita. Ne tallentavat myös kehon kieltä, kuten proksemiikkaa: sitä, kuinka lähellä vetouistelun veljeskunnan jäsenet ovat toisistaan, ja tilanteita, jolloin on lupa koskea. Ne tuovat esiin myös eri yhteisöihin kuulumisen symboleja sekä erilaisia kulttuurisia koodeja, kuten esimerkiksi sitä, kuinka trofee-kalaa kuvaustilanteessa pidetään. Kuvastot tarjoavat väylän saavuttaa myös tietoa käytäntöön liittyvistä tuotteista, kuten veneistä tai teknisistä apuvälineistöistä. Visualisoinnit voivat herättää myös katsojassa kytköksiä toisiin aisteihin. Esimerkiksi kuva kalasta voi piirtää esiin hajullisen muistojäljen.

Järjestin omista ja toisten ottamista visuaalisista kuvastoista kilpailukäytäntöä peilaavan tapahtumasarjan, visuaalisen esseen, jonka avulla kykenin piirtämään esiin kilpailukäytännön rytmisen tapahtumakokonaisuuden. Osia esseen kuvastoista on esillä tutkimuksen analyysiosion kuvina. Videonauhuritallenteet tuovat esiin temporaalista tapahtumien virtaa, kulttuurillisesti tähdellisiä hetkiä sekä ihmisten ja materiaalisten objektien välistä interaktiota (ks. Elliot & Jankel-Elliot 2003). Ne kykenevät vangitsemaan muun muassa kinestiikkaa ja siten lisäämään luonnollisten liikemallien ja aistitoimintojen ymmärtämistä. Tiedämme, että aistillisuutta kuvaava sanasto on jokseenkin puutteellista (Valtonen et al. 2010). Visuaalinen aineisto voikin toimia helpottajana, kun sanat pettävät (Scarles 2010). Sanotaanhan, että yksi kuva puhuu enemmän kuin tuhat sanaa.

Lehtiaineisto ja virtuaaliaineisto toimivat ennen kaikkea harrastusyhteisön sipulimaisesti kerroksellistuneiden kulttuuristen yhteenliittymien ja toimintalogiikan ilmentäjänä. Ne ilmentävät sitä, mitä aisteista, toiminnasta ja paikoista

ajatellaan. Lehtiaineiston korpukseen sisältyy myös tutkittavan yhteisön jäsenten omia kirjoituksia, joissa he tuovat esiin erilaisia vesistöjä kalastustiloina. Tässä kulttuurisen ymmärryksen hankinnassa pitäydyin ulkopuolisen havainnoijan ominaisuudessa, en kirjoittanut lehtiin tai postittanut aineistoa virtuaalilaan.

5.4. Narratiivisuus tutkimuksessani

Narratiivisuus tutkimuksessa viittaa lähestymistapaan jossa tarinaa, kertomusta tai niille läheistä käsitettä (mm. juttelu, tarinallisuus, elämäntarina) käytetään tutkimuksen välineenä, elävöittämään ymmärrystä meidän maailmastamme tai toisten maailmasta (Heikkinen 2010; Hänninen 1999). Käsitteiden *tarina* (story) ja *kertomus* (narrative) käyttäminen on kirjavaa niin kotimaisessa (Kujala 2007) kuin kansainvälisissä akateemisissa keskusteluissa (Paley 2009). Keskusteluissa ei yhtäältä tehdä käsitteellistä eroa tarinan ja kertomuksen välillä (Heikkinen 2010). Toisaalta ne on nähty eri käsitteinä (mm. Wiltshire 1995). Esimerkiksi Wiltshire (1995) esittää, että tarinaa tulisi pitää *puhuttuna* ja kertomuksia *kirjoitettuna*. Tätä näkökulmaa voidaan pitää kuitenkin ongelmallisena, ellei absurdina, olisivathan romaanit tai muu kaunokirjallisuus tällöin esityksiä vailla tarinaa tai tarinoita (Paley 2009). Kirjallisuustieteissä onkin pyritty rakentamaan selkeyttä määrittelemällä kertomus eräänlaiseksi yläkäsitteeksi ja tarina sen alakäsitteeksi (Heikkinen 2010).

Tarina on inhimillinen kokemus, joka voi jäädä avautumatta ulkopuoliselle. Tarinakontekstin osia ovat tapahtumat, tapahtumien henkilöt, tapahtumapaikat ja aika. (Vuokila-Oikkonen 2002.) Tarinalla ei välttämättä aina ole kertojaa, vaan se voi olla luonteeltaan myös sisäistä. Tällainen sisäinen tarina hahmottaa elämää sekä maailmaa ja vaikuttaa tehtyihin tulkintoihin ja valintoihin (Hänninen 1999; Wiltshire 1995). Näin tarina on enemmän kuin keksitty juttu, sepeite, valkoinen valhe tai puhtaan valheellinen tarina. Ennen kaikkea tarinalla on mahdollisuus olla osa vuorovaikutuksessa tuotettua kertomusta ja tarinavarantoa (Vuokila-Oikkonen 2002). Ihmisen tarina muovautuu siis kertomukseksi vain jos olosuhteet sen – missä se kerrotaan, ja kenelle se kerrotaan – kulloisellekin kertojalleen sallivat (Hänninen 1999).

Tutkimuksen ja kertomuksen suhdetta voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta. Yhtäältä tutkimuksessa hyödynnetään kertomuksia aineistoina. Toisaalta tutkimus on kertomus ympäröivästä maailmasta. (Heikkinen 2010.) Kertomukset nähdään tiedon välittäjinä ja rakentajina; ne ovat ihmiselle tyypillinen tapa jäsentää todellisuutta ja jakaa omia kokemuksia toisten kanssa. Kertomus onkin vuorovaikutuksen väline, sillä kertomalla tehdään ymmärrettäväksi erilaisia tulkintoja sekä ylläpidetään ja rakennetaan luottamusta ja ryhmiä. (Vuokila-Oikkonen 2002.) Kertomusta ei voida siis pitää yksilötuotoksena, vaan se elää

kerrontatilanteen vuorovaikutuksessa – ja hyvin usein ajan muisteloissa. Kertomus sisältää myös tietyn tavan kertoa tarinaa (Bal 1999). Kertomukseen liittyy olennaisesti kertomuksen tapahtumapaikka, tilannetekijät, kertoja, kertojan ääni, kertomisen tapa ja kertomukselle ajateltu yleisö. Kertomus on tarinan tapaan myös ajallinen, merkitysten rajaama kokonaisuus. (Mt. 1999.) Se osoittaa ajallisen järjestyksen, tapahtumien loogiset suhteet, mutta myös tapahtumien taustat ja ennakkoinnit. Kertomus etenee prosessimaisesti, sisältäen alun, keskivaiheen ja päätöksen (McIntyre 1981).

Tutkimuksessani toteutuu Abbotin (2002) mukainen näkemys narratiivista, jolloin se on tapahtumien esitys, joka muodostuu tarinasta ja narratiivisesta, suullisesta tai tekstuaalisesta keskustelusta. Tarina on siten jotain, joka ilmaistaa kertomuksessa. Tätä voidaan pitää *sisältö versus säiliö* -erontekona, jossa tarina on sisältö narratiivisen keskustelun ollessa säiliö, jonka sisään tekstissä tai kerronnassa ilmaistut tapahtumajärjestykset asemoituvat. Teksti on siten kuljettaja, tarina kuljetettava. Tämän näkökulman mukaisesti on mahdollista, että sama tarina voidaan kertoa (välittää) eri keskusteluissa (eri välinein). Esimerkiksi kertomus voidaan välittää eri medioiden (mm. kirjallinen, suullinen, elokuva) kautta. Niin ikään samasta tarinasta voi olla monia erilaisia kertomuksia, versioita, jotka poikkeavat toisistaan vaikkapa asioiden esitysjärjestykseltään tai esitysmuodoiltaan. Narratiivista kertomusta voidaankin pitää tarinan esityksenä, joka toteutuu kerronnan sosiaalisten ehtojen puitteissa tarinana itsenään. Näin sitä voidaan puolestaan pitää annetuissa ehdoissa toteutuvan toiminnan ja sen tapahtumakulun tulkintana (Hänninen 1999).

Narratiivilla on omat vähimmäiskriteerinsä, sillä kaikki puheet tai kirjoitukset eivät suinkaan ole tarinoita. Väljemmän määreen mukaan narratiiviksi voidaan ymmärtää kaikki edes jossain määrin kerrontaan perustuvat aineistot, joiden analysoiminen edellyttää tulkintaa (Vuokila-Oikkonen 2002). Vaativammassa merkityksessä narratiivilta edellytetään kertomuksellisia piirteitä, eli esimerkiksi tietyn, ainakin ajallisesti loogisen rakenteen, muutoksen ja usein ajassa etenevän prosessin noudattamista (mt. 2002). Juonen rooli narratiivissa on erityisen tärkeä. Kertomuksen juonellisuus tarkoittaa sitä, että tapahtumat kytkeytyvät toisiinsa ketjumaisesti, jolloin lähestymistapa mahdollistaa myös kertomusten loogis-kronologisen rakenteen tutkimisen (Vuokila-Oikkonen 2002). Juonen kautta tarinasta tulee yksi ja yhtenäinen, tietty tarina. Juuri juoni on tarinan koossapitävä voima, se joka pitää tapahtumat kohdallaan ja sitoo rakenteen toisiinsa. (Kujala 2007; Sintonen 1999.) Juoni on niin ikään merkittävin tarinan ajallisen – tarinan tapahtumien kronologinen aika ja kertojan nykyhetken aika – rakentumisen piirre (Ricoeur 1985). Juoni välittää ja ylläpitää myös yhteisön traditioita ja arvoja (McIntyre 1981).

Narratiivisuutta voidaan käyttää ainakin neljällä tavalla (Heikkinen 2010). Ensinnäkin, narratiivisuudella voidaan viitata tietämisen tapaan ja tiedon luonteeseen – tiedon konstruointiin, varsinaiseen *tiedon prosessiin*. Toiseksi, sitä

voidaan hyödyntää kuvattaessa *tutkimusaineiston luonnetta*. Kolmanneksi, narratiivisuudella voidaan viitata myös aineiston *analyysitapoihin*. Neljänneksi, käsite on liitetty *käytännöllisyyteen*, sen käyttöön eri alojen (mm. kasvatusta, psykologia, terveydenhoito) ammatillisena työvälineenä. (Heikkinen 2010.)

Tässä tutkimuksessa narratiivisuutta käytetään analyysitapana, eli tutkimusaineiston käsittelytapana. Narratiivisten keskustelujen suurvaikuttaja Donald Polkinghorne (1995) jakaa narratiivisuuden aineiston käsittelytavat *narratiivien analyysiin* (analysis of narratives) ja *narratiiviseen analyysiin* (narrative analysis). *Narratiivien analyysissä* tarkastelu johdetaan tarinoista jäsentämällä ja luokittelemalla niitä yhteisiin kategorioihin, paradigmaattisen tietämisen tapaan. Narratiivien analyysissä pohditaan siis aineiston sisältöjä (mitä tapahtui ja miksi?) ja rakennetta (juonirakenne, tarinan muoto, genre) (Elliot 2005). *Narratiivisessa analyysissä*, per se, tuotetaan aineiston perusteella uusi kertomus, joka perustuu narratiiviseen tietämisen tapaan. Mikä tarkoittaa sitä, että tutkija kokoaa ja muotoilee keräämistään tapahtumien kuvauksista yhtenäisiä kertomuksia juontamisen kautta. Hän yhdistelee tai kokoaa aineistosta uuden kertomuksen, eräänlaisen synteetin, joka pyrkii tuomaan esiin aineiston kannalta keskeisiä teemoja. Lähilukemalla aineistoa, käymällä eri kenttätyökirjoituksia tarkasti läpi useita kertoja, voidaan hahmottaa paitsi alun, keskivaiheen tai lopun kaltaisia muotoja, mutta myös erilaisia kohtauksia, siirtymiä, keräytyviä ja virtaavia elementtejä. (Pelkonen 2006; Poole et al. 2000). Rakenteellisia muotoja voi hahmottaa mistä tahansa esityksestä, vaikkapa pysähtyneestä kuvasta, jossa katselija siirtyy ajatuksen tilasta toiseen ja muokkaa käsityksiään kuvan pohjalta (Pelkonen 2006).

Narratiivinen lähestymistapa on tutkimuksessani mahdollistanut tutkijan kentälle pääsyn, entréen. Kalastuskilpailun eri episodien aikana tapahtuneiden keskustelujen kautta – tarinoimalla – ylläpidin saavutettua sisäänpääsyä tutkimani yhteisöön. Keskustelemalla ja kykenemällä keskustelemaan osoitan osaavani veljeskunnan jargoneja, yhteisön erikoiskieltä, jota ulkopuoliset eivät välttämättä kykene tekemään. Erikoiskieleen sisältyvillä kielikuvilla voidaan kuvata esimerkiksi tiettyä vesistön aistimaiseman tilaa. Kielikuvan yhdistyessä taitavan tekijän kulttuuriseen ymmärrykseen se ohjaa myös käytäntöä. Keskusteluissa ilmaistut sanonnat pitävät sisällään myös yleisymmärryksiä toiminnan logiikasta ja toteutuneista lopputulemista tai käytännön affektioista. Kilpailukeskusteluihin liittyy usein huumoripitoista jutustelua, joka nostattaa yhteistoiminallista henkeä. Harmituksen alaisen mielialan sävyttämät keskustelut puolestaan herättävät eripuraa ja jopa yhteisöllisesti destruktiivisia tiloja.

Tutkimukseni analyysiä voidaan luonnehtia teoreettisesti informoiduksi, mutta aineistolähtöisyyttä painottavaksi ja siihen nojautuvaksi *narratiiviseksi analyysiksi* (ks. mm. Gubrium & Holstein 2008; Polkinghorne 1995). Narratiivisen lähestymisen avulla saavutetaan selkeyttä siitä, miten tutkittavan ilmiön, tässä tapauksessa kilpailukäytännön, olemus hahmottuu. Tämä tapahtuu kokoamalla irralliset tarinat ja tapahtumat kokonaisuudeksi, jossa erilliset palaset saavat merkityksensä

osana riceurimäistä juonta. (Ks. Pelkonen 2006; Moisander 2011.) Narratiiviset tarinat voivat olla henkilökohtaisia tai julkisia, lyhyitä tai pitkiä. Tutkimuksessani veljeskunnan jäsenet eivät itsessään ole tuottaneet kirjoitettuja kertomuksia. Heidän äänensä nousee esiin kenttätöön aikana käydyistä keskusteluista, pikku tarinoista, joita olen taltioinut kenttämuistiinpanoihin ja kenttäpäiväkirjoihin.

Varsinaiset kirjoitetut tarinat ja kertomukset ovat kirjoitusprosessissa aikaansaamani autobiografiset narratiivit. Autobiografisilla narratiiveilla pystyn yhdistämään oman toiminnallisuuteni, kokemukseni sekä ymmärrykseni ulkopuolisiin havaintoihin toisista (ks. Gherardi 2009). Autobiografisiin narratiiveihin solmiintuu myös käydyt keskustelut ne ”pikku tarinat”, jotka rakentavat yhdessä isoa. Autobiografisten narratiivien ohella rakennan kuvastojen avulla visuaalisen esseen, kertomuksen kilpailun kulusta. Täydennän siten mielen muistiota kilpailun eri tapahtumaketjun osista, niiden prosesseista ja tehtävistä (ks. Schatzki 2001), mutta myös siitä, kuinka tilasta muodostuu paikka käytäntöjen kautta (ks. de Certeau 1984, 101). Kertomuksista piirtyy esiin suhteellisuus – paikalla on rytminsä, rutiininsa ja vaihtelunsa. Tekstit maalaavat esiin sen, että paikan muuntuvia kasvopiirteitä muovaa ennen kaikkea sää. Käytännön ja paikan suhde on kaksisuuntainen. Paikka tehdään käytännöllä, mutta paikka määrittää myös käytäntöä, sitä, mitä kalastavat ja aistivat kehot voivat tehdä. Narratiivit kertovat myös sen, kuinka muuttuva luonnonpalvelumaisema, aistimaisema, liimaa yhteen ihmiset, tuotteet sekä sosiaaliset suhteet. Narratiivien kielikuvilla voidaan myös ilmentää eri aisteja, kuten tuntoa, makua tai hajua, ja myös sitä, kuinka aistit voivat toimia toisen jatkeena tai korvaajana esimerkiksi silloin, kun käsillä katsotaan (ks. Paterson 2009). Autobiografiat ilmentävät siten näkemystä yhteisön rutiineista, mutta myös ajallisesti ja kontekstin mukaan muuttuvista käytännöistä (ks. Gherardi 2009) ja siitä, kuinka yhteistoiminnallista käytännön toteutus on (ks. Barnes 2001). Narratiivien avulla voidaan yrittää rakentaa tulkintaa myös kalojen aistillisista käytännöistä.

Kirjoittamani kuusi narratiivia pohjautuvat etnografisiin kalakilpailujen tapahtumia kuvastaviin mielenmuistioihin, kenttämuistiinpanoihin, kenttäpäiväkirjoihin, keskusteluihin, visuaalisiin kuvastoihin ja aistipäiväkirjaan. Ammensin ja sijoitin aineistoa ulkoisen analyysin avulla muodostamaani käytännön tapahtumaketjuun. Tämän jälkeen kirjoitin ennen kilpailua-, kilpailussa- ja kilpailun jälkeen- vaiheista kertovat kolme narratiivia, jotka piirtävät esiin kalastuskilpailupäivän tapahtumaketjua. Järjestin myös kenttätöön visuaalista aineistoa kilpailun ajalliseen rakenteeseen, muodostaen siten visuaalisen esseen. Narratiivien ja visuaalisen esseen syväluennan kautta muodostan vielä kolme tarinaa, jotka ilmentävät ”kilpasilla olossa” tapahtuvaa kanssakäyntiä olennaisten ei-inhimillisten toimijoiden kanssa. Mikään kuudesta kertomuksesta ei ole muodostettu kokonaisuudessaan yhdestä kilpailupäivästä, jokainen narratiivi on muodostelma eri kilpailupäiviä käsittelevistä etnografisista teksteistä. Yhdistän kirjoitettuja otteita perinteiseen tutkimusraportin muotoon. Näin tehden muodostan lopullisen etnografisen representaation.

Analysoin muodostamiani narratiiveja ja muuta aineistoa yhteisöllisen, yhdistävän käytännön näkökulmasta, joka kalastuskilpailun asiayhteydessä organisoii kalastuksen päämääriä, projekteja sekä tehtäviä, ohjaten myös toimintojen hyväksyttävyyttä ja tunteiden ilmaisuja – kulttuurista logiikkaa. Kiinnostuksen kohteena ovat sosiaalisessa kanssakäynnissä kollektiivisesti rakentuneet sanonnat ja teot. Analyysin keskiössä on siten toiminnan dynaamisuus, kehollisuus sekä aistillinen vuorovaikutus toisten kalastajien, artefaktien ja muuttuvan luontoympäristön kanssa. Tutkimukseni narratiivisen pohdinnan tuloksena on syntynyt tekstiä, joka pitää sisällään toisiinsa liittyvien tapahtumien ja toimijoiden ajankänteen (Gabriel 2004), sisältäen myös kalastavien kilpailijoiden kalatarinoita – kalavalheineen.

5.5 Eettisyys ja luotettavuus

Tutkimusta arvioitaessa on syytä pohtia luotettavuuden ohella tutkimuksen eettisyyttä. Turun yliopiston filosofian laitoksen emeritusprofessori Juhani Pietarinen *Eettiset perusvaatimukset tutkimustyössä* -artikkelissaan (2002, 58–69) tuo esiin sen, että tutkimusetiikka on laaja-alainen kokonaisuus. Eettiset kysymykset eivät rajoitu tiettyihin tutkimusprosessin vaiheisiin, kuten tutkimustehtävän asettamiseen, menetelmien valintaan ja aineiston kokoamiseen, vaan se ulottuu myös tiedeinstituutioihin ja tutkijan ammattietiikkaan (mt. 2002). Erityisesti ihmisiä koskevassa tutkimuksessa on syytä pohtia tutkimuksen eettisiä kysymyksiä (Alasuutari 2005, 18). Martyn Hammersleyn ja Paul Atkinsonsonin (2007) mukaan yhteiskuntatieteiden mukaiset eettiset pulmat ja näkökulmat soveltuvat myös etnografiseen tutkimukseen, tosin etnografiaan liittyvät ominaispiirteet antavat eettisiin asianhaaroihin omanlaisensa aksentin.

Pietarisen (2002) mielestä eettisiä vaatimuksia tulee asettaa viidelle tutkimustoiminnan osa-alueelle. Näitä ovat ammattitaidon hankkiminen, informaation tuottaminen, informaation välittäminen, informaation käyttäminen sekä tutkija-ammattikunnan kollegiaalisuus. Tämän jaottelun pohjalta Pietarinen (2002) nimeää tutkijan kahdeksan eettistä vaatimusta, joita ovat älyllinen kiinnostus, rehellisyys, tunnollisuus, vaaran eliminointi, ihmisarvon kunnioittaminen, sosiaalinen vastuu, ammatinharjoituksen edistäminen ja tutkijakollegiaalinen arvostus. Näistä on löydettävissä kolme tutkijan ammattietiikan pääteemaa: 1) totuuden etsimisen ja luotettavuuden velvoitteet, 2) tutkittavien ihmisarvoa ilmentävät velvoitteet ja 3) tutkijoiden keskinäisiä suhteita ilmentävät velvoitteet (Kuula 2006).

Pietarisen (2002) mukaan ammattitaidon hankkimiseen liittyvät ennen kaikkea älyllisen kiinnostuksen ja tunnollisuuden vaatimukset. Ammattitaidon hankkiminen on Kuulan (2006) määritelmässä osa totuuden etsimisen ja luotettavuuden velvoitetta. Pyrin täyttämään tutkimuksessani ammattitaidon hankki-

misen, totuuden etsimisen ja luotettavuuden velvoitteet. Olen tutkijana aidosti kiinnostunut tutkimuskohteeseeni liittyvään uuden tiedon hankkimisesta. Hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti olen myös tunnollisesti paneutunut alaani. Tutkimukseni pohjautuu yhtäältä alan tieteellisen kirjallisuuden perusteelliseen tuntemukseen, joka on myös perusta tutkimuksen teoreettiselle viitekehykselle ja esioletuksille. Se luo edellytyksiä sille, että tutkimuksessani muodostama ja välittämäni informaatio on huolellista, tarkkaa ja luotettavaa. Toisaalta hyödynnän tutkimuksessani ymmärrystä, joka on karttunut käytännön tekemisen, harrastamisen myötä.

Etnografiselle tutkimukselle asetettu vaade avoimuudesta ja läpinäkyvyydestä (American Anthropology Association 1998) sopii yhteiskuntatieteelliseen ammattietiikan yleiseen linjaukseen. Vaateen mukaan tutkijan tulee olla avoin ja suora tutkimusta suunniteltaessa sekä sitä toteutettaessa. Suunnittelussa sekä toteutuksessa tulee huomioida mahdolliset tukijat, kollegat, tutkittavat sekä muut asianosaiset, joita tutkimus voi koskettaa. (Soyini 2005.) Tällainen läpinäkyvä toiminta edellyttää esimerkiksi tutkimuksen tavoitteista tai tukilähteistä informointia (American Anthropology Association 1998), mutta ennen kaikkea avoimen suostumuksen saantia tutkimukselle (Hammersley & Atkinson 2007).

Etnografian kohteena ovat yleensä erilaiset ihmisjoukot, populaatiot. Väitöskirjatutkimukseni keskiössä on tietty harrastusyhteisö, Rovaniemen Moottoriistelijat ry. (RoMu). Etnografisen avoimen suostumuksen mukaisesti olen anonut ja saanut tutkimukseeni luvan. Tutkimusluvan myönsi RoMu:n hallitus, jolle olen anomuksen yhteydessä esittänyt tutkimuksentavoitteita. Olen kertonut avoimesti myös yhteisön jäsenille tutkimuksesta kertoen tekeväni muun muassa osallistuvaa havainnointia sekä haastatteluja kilpailukäytännöstä ja tarjoten mahdollisuuden esittää siihen liittyviä kysymyksiä sekä keskustelumahdollisuuksia. Väitöstutkimukseeni, kuten kaikkiin etnografisiin tutkimuksiin, liittyy vaivihkais-takin havainnointia (ks. Hammersley & Atkinson 2007). Katson kuitenkin, että tutkimukseni täyttää avoimeen suostumukseen liitettävät vaatimuksien määreet. Tutkijalla on etnografian raskaan vastuun taakka tutkittavia kohtaan – eettinen huoli tutkittavista (mm. ihmiset, paikat, artefaktit) (Soyini 2005). Tutkimuksen tiedonintressi ei saa ylittää tutkittavien ihmisten hyvinvointia (American Anthropology Association 1998; Hammersley & Atkinson 2007). Tämän johdosta informaation tuottamisessa on syytä pohtia siihen liittyviä ihmisarvovelvoitteita, kuten vahingon aiheuttamisen tai turvallisuuden vaarantamisen eliminointia ja ihmisarvon ja yksityisyyden kunnioittamista (Alasuutari 2005; Hammersley & Atkinson 2007; Kuula 2006; Soyini 2005).

Vaaran eliminoinnin lähtökohtana on pidättäytyä sellaisesta tutkimuksesta, joka tuottaa kohtuutonta vahinkoa (American Anthropology Association 1998). Käsitykseni mukaan tutkimukseni ei tuota tällaista vaaraa tutkittaville tai tutkijalle. Olen anonymisoinut tutkimusaineiston poistamalla tai muuttamalla sen sisältämiä tunnistetietoja, kuten nimiä tai henkilökohtaisia ominaispiirteitä. Näin

kirjoitetusta tutkimusraportista ei ole tunnistettavissa tutkimukseen osallistuvia yksilöitä. Visuaalisten kuvastojen kohdalla olen valinnut joko otoksia, joista ei tunnista kuvien kohdetta tai olen tiedustellut lupaa käyttää kuvastoa. Tutkimuseettiset velvollisuudet tutkijana ja tutkimuksen tekijänä ulottuvat tutkimusraportin kohdalla kuitenkin anonymiteettiä laajemmalle (American Anthropology Association 1998; Hammersley & Atkinson 2007; Kuula 2006). Kannan vastuuta siitä, mitä valmiissa etnografisessa raportissa esitän, miten tutkittavat esittäytyvät sekä mitä mahdollisia seuraamuksia tutkimus voi sen valmistuttua aiheuttaa. Tutkimukseni ohjaavana tavoitteena on ollut olla halventamatta tutkittavia tuottamalla tekstillä (ks. Moisander & Valtonen 2006; Soyini 2005) tai toiminnallani, kiinnittämällä huomiota sosiaaliseen vastuunkantoon. Sosiaalinen vastuunkanto konkretisoituu suhtautumistapana tutkittaviin (Alasuutari 2005, 16) kunnioittamalla heidän itsemääräämisoikeuttaan ja yksityisyyttään (Hammersley & Atkinson 2007). Toteutin tätä tutkimuksessa luomalla mahdollisuuksia vapaaehtoiseen tutkimukseen osallistumiseen ja vastaavasti vaivattomaan osallistumisesta luopumiseen osallisen niin halutessa, milloin tahansa etnografisen prosessin aikana. Näin tehden tavoittelin yhteisen luottamuksen ilmapiirin muodostumista ja sen ylläpitämistä (American Anthropology Association 1998).

Etnografiseen informaation tuottamiseen liittyy osavaiheita, joissa on tarpeellista pohtia tutkijana oman toiminnan eettisyyttä ja tutkimuksen suorittamistapaa. Tutkimuksellani ei ole poliittisia tavoitteita. Tiedostan kuitenkin, että tuotettu teksti ei koskaan ole neutraalia, esteetöntä tai poliittisesti arvovapaata (ks. Moisander & Valtonen 2006; Richardson 2000a). Tutkimukseni pyrkimyksenä on ennen kaikkea saavuttaa tietoa ja ymmärrystä kohteena olevasta sosiaalisesta, yhteisöllisestä ilmiöstä ja sen käytännön toiminnasta (Hammersley & Atkinson 2007). En ole tehnyt tutkimusta ulkoisen meriitin kaihosta enkä liioin tutkimuksellani tavoittele itselleni hyötyä (ks. mt. 2007). En tarjoa tutkimukseeni osallistuneille henkilöille taloudellista palkkiota tai materiaalista korvausta (ks. Soyini 2005).

Käytyjen keskustelujen pohjalta olen kuitenkin ymmärtänyt, että tutkimukseen osallistuminen on koettu antoisaksi – tutkimusprosessin väylä ei siten ole ollut vain yksisuuntainen. Näin en katso pettäväni luottamusta tai muutoinkaan hyväksikäyttäneeni tutkimuksen kohteena olevaa yhteisöä ja/tai sen jäseniä (Hammersley & Atkinson 2007). Tutkimukseni aikana olen refleksiivisesti pohtinut miettien ja kirjoittaen omia moninaisia, osin päällekkäisiäkin, roolejani esimerkiksi tutkijana, yhteisön jäsenenä ja kilpakilpailijana. Asettelen pohdinnoissani kysymyksiä: Olisiko tässä tilanteessa sopivaa olla olematta tutkija? Voinko kertoa näistä havainnoista? Vastauksien löytämisessä ohjaavat tutkimuseettiset koodit ovat olleet suureksi avuksi.

Tutkimukseni on eettisen koodin mukaisesti avoin erilaisille yleisöille (ks. American Anthropology Association 1998). Se voi löytää lukijoita esimerkiksi aktiviteetin harrastajien, liiketoiminnan tai julkisen sektorin parista. Etnografisen tekstini keskiössä on kuitenkin sen varsinainen pääyleisö, akateeminen tiedeyh-

teisö. Tutkijat kuuluvat yleensä moniin eri tiedeyhteisöihin, joita he toimillaan edustavat. Heidän oletetaan myös kantavan vastuuta eettisten ja muiden hyvien tieteellisten käytäntöjen noudattamisesta (Soyini 2005). Tiedeyhteisöjen yleisenä eettisenä vaatimuksena voidaan pitää sitä, että tutkija ei johda harhaan eikä toimi vilpillisesti tutkimustoiminnassaan esimerkiksi aineistoa sepittämällä, vääristelmällä havaintoja tai tuloksia, luvattomasti lainaamalla tai anastamalla toisten alkuperäisiä aivoituksia (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2002). Niin ikään eettisesti oikeaan käytäntöön kuuluu se, ettei tutkija pyri estämään ilmoituksia virheellisestä toiminnastaan tai peittele jälkiä. En katso tutkimuksellani myöskään tukkivani avattua tietä toisilta tutkimuksilta tai tutkijoilta. (Ks. Soyini 2005.)

Tutkimuksen luotettavuus koostuu kahdesta osatekijästä, pätevyydestä eli validiteetista ja reliabiliteetista eli täsmällisyydestä (Kirk & Miller 1986; Varto 1992). Tutkimuksen validiteetti viittaa yleensä tutkijan tekemään representaatioon: kuinka tarkkoja ja paikkansapitäviä tutkimuksessa esitetyt totuusväitteet ja tulkinnat ovat (Moisander & Valtonen 2006) ja kuinka hyvin tutkimus onnistuu ilmentämään, kuvaamaan tai teorisoidaan kohteena olevaa ilmiötä (LeCompte & Goetz 1982). Luotettavuuden arvioinnissa validiteetti jaetaan usein sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin (Metsämuuronen 2007). *Sisäisellä validiteetilla* tarkoitetaan tutkimuksen omaa pätevyyttä, jonka kannalta olennaisia seikkoja ovat käsitteiden, teorian ja mittareiden oikeellisuus sekä johdonmukaisuus (Silverman 2006). Sisäisen validiteetin yhteydessä pohditaan usein myös tutkimuksen objektiivisuutta (Kirk & Miller 1986). Objektivisuuden ja tutkimustuloksien oikeudellisuuden ja validiteetin lisäämisen nimissä laadullisessa tutkimuksessa on hyödynnetty erinäisiä tekniikoita, esimerkiksi järjestelmällisiä aineiston analyysimenetelmiä tai tutkimuskontekstin ja tutkijan vaikutuksen arviointimenetelmiä (Moisander & Valtonen 2006). Yhtenä yleisimmistä sisäistä luotettavuutta edistävänä tekniikkana pidetään tutkimuksen toimintatapaa, joka voi yhdistää erilaisia aineistoja, tiedonhankintamenetelmiä ja teoreettisia näkökulmia (Denzin 2006; Eskola & Suoranta 2003) tavoitellen tarkempaa, kokonaisvaltaisempaa sekä objektiivisempaa tietoa tutkittavasta (Moisander & Valtonen 2006). Tällaista otetta on sovellettu etnografisen tutkimuksen yhteydessä. Se ei ole kuitenkaan täysin ongelmaton ennen kaikkea sen tulkinnallisen ja kulttuurillisen suuntauksien kannalta (Silverman 2006). Tulkinnallisen ja kulttuurillisen etnografisen tutkimuskategorian olemassaolon perustana on ymmärrys siitä, että tieto ja sosiaalinen totuus ovat kulttuurillisesti muodostuneita. Niin ikään kulttuurillisen ymmärryksen mukaan tieto ja ymmärryksen kokonaisuudet vaihtelevat eri näkökulmien ja vallitsevan kontekstin mukaan. (Moisander & Valtonen 2006.) Sosiaalista todellisuutta ei siten voi vangita yhteen tiettyyn eittämättömään totuusväittämään (Moisander & Valtonen 2006), eikä etnografian tule edes tätä tavoitella (Denzin & Lincoln 2003).

Etnografisen kulttuurillinen suuntaus, johon myös oman tutkimukseni asemin, hyödyntää toteutuksessaan usein erilaisia aineistoja ja tiedonhankintamenetelmiä (Moisader & Valtonen 2006). Sen tavoitteena ei kuitenkaan ole saada

aikaan objektiivisempaa kulttuurillisen käytännön esitystä tai kaiken kattavaa ymmärrystä ilmiöstä (Denzinin & Lincoln 2003). Kulttuurisen etnografian tavoitteena ei ole myöskään muodostaa näkemystä jonkin aineiston tai yksittäisen hankintatavan paremmuudesta (mt. 2003), joskin tietyissä tilanteissa on löydettävissä toisia menetelmiä soveliaampia tutkimuksellisia ratkaisuja (Moisander & Valtonen 2006). Sen sijaan kulttuurinen tutkimus, jossa yhdistellään moninaisia metodeja, aineistoja sekä näkökulmia yhdessä ja samassa tutkimuksessa, voi tarjota mahdollisuuksia tuoda perusteellisuutta, leveyttä ja syvyyttä etnografiseen tutkimukseen ja auttaa näin ymmärtämään kompleksisia ilmiöitä (Denzin & Lincoln 2003; Moisander & Valtonen 2006).

Laadullisen ja kulttuurisen tutkimusajattelun mukaisesti sisäisen validiteetin arvioimisessa onkin olennaista ymmärtää, miten kussakin tiedonhankintavassa on menetelty ja miten se soveltuu tutkimuskontekstiin (Silverman 2006). Kulttuurisen näkökulman mukaan hyvä sisäinen validiteetti, uskottavuus, ei kuitenkaan muodostu pelkästään metodillisesti seikkaperäisestä ja oikeaoppisesta toteutuksesta (Moisander & Valtonen 2006). Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat monet tekijät, kuten esimerkiksi tutkijan tieteenalan hallinta ja tieteellinen ote, moninaisen aineiston kautta mahdollistuvat erilaiset näkökulmat sekä niihin pohjautuvat luovat tulkinnat (ks. Lincoln & Guba 2003). Etnografisen tutkimuksen hyvyden määrittää kuitenkin viime kädessä tiedeyhteisö (Longino 2002). Validiuden arvioimisessa erityisesti akateemisen yhteisön asema on korostunut. Yhteisön keskuudessa validiuden hyväksyntää ohjaavat niissä vallitsevat mutta neuvottelujen myötä uudelleen muuntuvat näkemykset siitä, mitä pidetään kulloinkin oikeutettuna väittämänä tai riittävänä akateemisen keskustelun lopputulemana. (Longino 2002; Moisander & Valtonen 2006.) Toisin sanoen tiedeyhteisön jäsenet päättävät sen, miten hyvin tutkija on pystynyt tavoittamaan tutkittavan todellisuuden. Sen, miten onnistuneesti tutkimusprosessin aikana tehdyt havainnot ja niiden kirjoitetut tulkinnat muodostavat kuvaa tutkittavasta ilmiöstä. Olennaisinta on, miten vakuuttava luettu esitys tai paperi lukijalleen on. (Ks. Longino 2002; Patton 1990.)

Yltääkseen pätevään tutkimukseen tutkijan on oltava perillä akateemisen yhteisön ratkaisuperustoista ja kriteereistä. Tutkimustulosten käytännöllisyyttä pidetään yhtenä pitkäikäisimpänä ja keskeisimpänä etnografisen tutkimuksen arviointikriteerinä (Moisander & Valtonen 2006). Laurel Richardsonin (2000a) mielestä tutkimustulosten käytännöllisyyden kriteereitä ovat muun muassa tutkimuksen olennaisuus, eettisyys ja refleksiivisyys. Tutkimukseni täyttää nämä kriteerit. Tutkimukseni tuottaa lisäymmärrystä tarjoamalla perusteellista näkemystä siitä, kuinka nykypäivän yhteisöä muodostetaan käytännön tekemisellä ja kuinka toiminnan sekä tilan toteutus on dynaamista, kehollista ja aistillista. Tutkimukseni on myös refleksiivinen. Tuon esiin tutkimukseni taustoja ja perustoja. Pohdin läpi tutkimukseni eettisiä kysymyksiä, kuten tutkijan vastuuta ja omaa subjektiani sekä tiedon tuottajana että sen tuloksena. Tutkijan aseman voi tehdä haasteelliseksi

tilanne, jossa ryhmän ratkaisuperustat kriteereineen edellyttävät esimerkiksi argumenttien terän tylsyttämistä. Tällöin hyväksynnän saaminen riippuu enemmänkin tulkinnan miellyttävyydestä kuin osuvuudesta (Alasuutari 1999). Nojaan alasuutarilaiseen näkemykseen siitä, että ulkoinen validius on myös tutkijan vastuuta olla rohkea – uskaltaa tehdä tulkinnoillaan havaintoaineisto ymmärrettäväksi.

Tutkimuksen *ulkoisella validiteetilla* viitataan tutkimuksen yleistettävyyteen tai sovellettavuuteen. Yleistettävyys liitetään tavallisesti määrälliseen tutkimukseen ja siihen, että tietyn tutkimuksen löytöjä ja johtopäätöksiä osapopulaatiosta laajennetaan koskettamaan kokonaispopulaatiota (Moisander & Valtonen 2006). Tutkimuksellisten erityispiirteiden vuoksi puhtaasti määrällistä tutkimusasetelmaa ja sen tekniikoita (esim. tilastollinen yleistys, otantamenetelmät) ei voida soveltaa laadulliseen tutkimukseen (Alasuutari 1999; Moisander & Valtonen 2006). Laadullisessa tutkimuksessa ulkoisen validiteetin ja yleistettävyys-termin sijaan käytetäänkin erilaisia rinnakkaisia, joskin varsin samankaltaisia käsitteitä. Yksi tällainen käsite on tutkimustulosten siirrettävyys (Lincoln & Cuba 1985; Miles & Huberman 1994).

Siirrettävyys liittyy alkuperäisen tutkimusympäristön ja sovellusympäristön samankaltaisuuteen. Siinä pohditaan, missä määrin tulokset ovat siirrettävissä tai sovellettavissa toiseen kontekstiin tai tilanteeseen. Johtopäätökset siirrettävyydestä eivät ole yksin tutkimusympäristön tuntevan tutkijan. Vastuu sovellutusarvon arvioimisesta kuuluu myös ulkopuolisille tutkimuksen lukijoille ja/ tai tutkimustulosten hyödyntäjille (Burns 2000). Tällainen ulkoisen validiteetin vastuunjaon näkökulma vaatii tiettyjen edellytyksien täyttymistä. Ulkopuoliset voivat arvioida tulosten siirrettävyyttä vain sen mukaan, mitä he voivat lukea ja päätellä tutkimusrepresentaatiosta (Moisander & Valtonen 2006). Näin tutkijalla on vastuu tehdä lukijoilleen yksityiskohtainen kuvaus tutkimukseen osallistuneista henkilöistä, tutkimusasetelmasta ja tutkimuksen yleisistä tai erityisistä olosuhteista sekä aineistonkeruun ja analyysin eri vaiheista (Robson 2002).

Lukijat tai potentiaalista siirrettävyyttä pohtivat tutkijat kantavat puolestaan vastuun päätöksestä soveltaa alkuperäisen tutkimuksen tulintoja ja tuloksia arkisen elämään tai tutkimukseen. Milesin ja Hubermanin (1994) mielestä siirrettävyyden arvioinnissa voidaan huolellisen kuvauksen ohella tarkastella sitä, onko saatujen tuloksien yhteyksiä peilattu aiempaan teorial tietoon ja esitelläänkö tutkimuksessa soveltamisen rajoituksia tai onko johtopäätöksissä tulokset viety sellaiselle tasolle, että ne soveltuvat myös yleisempiin asetelmiin. Huolellisen kuvauksen avulla voidaan tehdä kehittyneempiä päätelmiä alkuperäisten tutkimuksien käyttökelpoisuudesta.

Moisander ja Valtonen (2006) allekirjoittavat edellä kuvatun tutkimuksen tai sen elementtien luonnollisen siirrettävyyden. He nostavat kuitenkin esiin siirrettävyyden rajallisen luonteen laadullisessa tutkimuksessa, erityisesti teoreettisella tasolla (mt. 2006). Esimerkiksi kulttuurillisessa suuntauksessa tiedon nähdään olevan luonteeltaan tilannekohtaista ja osittaista. Tämän mukaisesti laadullisella

lähestymistavalla tuotetut tutkimustulokset ovat kontekstisidonnaisia. Parhaimmillaankin ne viittaavat niihin tiettyihin toteutumisen aikaan liittyviin historiallisiin, sosiokulttuurillisiin, materiaalsiin ja tilannekohtaisiin tekijöihin (Moisander & Valtonen 2006). Laadulliset tutkimustulokset eivät ole näin sellaisenaan täysin siirrettävissä toiseen tutkimustilanteeseen (Robson 2002), eivätkä ne sovi yleiseksi kausaaliseksi selittäjiksi (Moisander & Valtonen 2006).

Tutkimuksen luotettavuuden toinen osatekijä, reliabiliteetti, tarkoittaa tieteellisessä työssä ei-satunnaisuutta ja erityisesti aineistonkeruun toteutuksen järjestelmällisyyttä. Tuloksien tulee olla tarkkoja, pysyviä ja toistettavia. (Metsämuuronen 2007.) Reliabiliteetti liittyy siis tutkimustulosten ja menettelytapojen toistettavuuteen. Robert Burnsin (2000) mielestä reliabiliteetin käsite nojautuu kahteen oletukseen. Näistä ensimmäisen mukaan hyvän reliabiliteetin omaava tutkimus voidaan toistaa seuraamalla alkuperäisen tutkimuksen kaltaisia menettelytapoja. Tätä näkemystä kutsutaan ulkoiseksi reliabiliteetiksi. Toisen oletuksen mukaan samoja tutkimusmenettelyjä suorittaessaan toiset tutkijat päätyvät yhdenmukaisiin tulkintoihin alkuperäisen tutkimuksen kanssa. Tätä oletusta kutsutaan tutkimuksen sisäiseksi reliabiliteetiksi. (Mt. 2000.)

Etnografinen tutkimus tapahtuu tutkimusilmiön luonnollisissa puitteissa ja kohdentuu prosesseihin (Burns 2000). Täsmällisen toisinteen aikaansaaminen on tutkimuksellisesti mahdotonta, sillä kuten jo edellä todettiin, ei luonnollisissa olosuhteissa toteutuvaa ilmiötä tai tapahtumaa voida tilannesidonnaisuutensa johdosta jäljentää. Tämän ongelman käsittelemiseksi laadullisia tutkijoita ohjeistetaan kuvaamaan tutkimuksensa sekä metodologisesti että teoreettisesti mahdollisimman läpinäkyväksi (Burns 2000; Moisander & Valtonen 2006). Tämän avulla voidaan tuoda julki aineiston aikaansaamiseksi tehty prosessi, analyttiset periaatteet sekä tulkintojen kehityskulku johtopäätöksiin. Niin ikään tutkijoiden tulee selvittää ne teoreettiset lähtökohdat, jotka ohjaavat tutkimuksen tulkintoja (Moisander & Valtonen 2006). Näin tehden edesautetaan toisia tutkijoita sekä toisintamaan alkuperäisen tutkimuksen puitteita että arvioimaan alkuperäisen tutkimuksen laatua (Burns 2000; Moisander & Valtonen 2006).

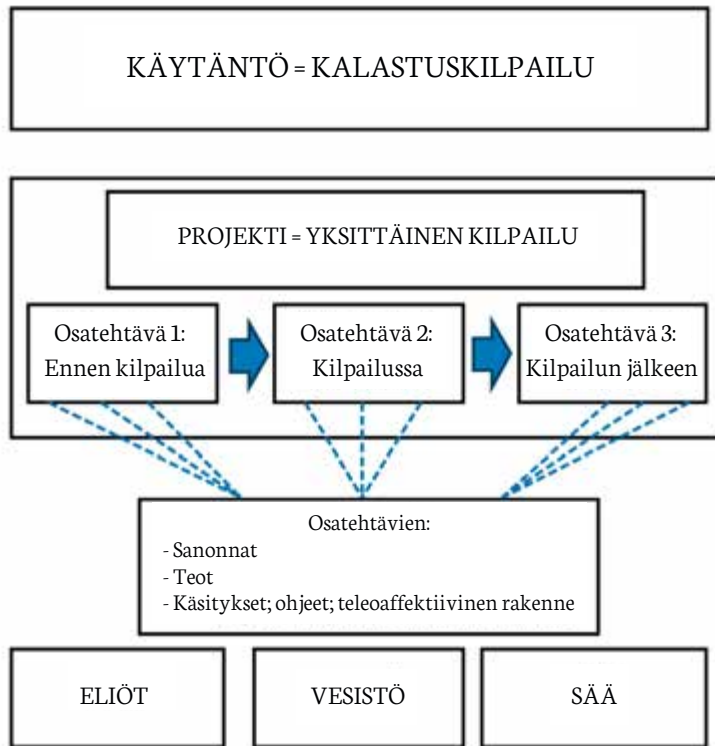
Yksi etnografisen tutkimuksen toistettavuuden perusedellytys on tutkimusilmiön tarkka kuvaus. Tähän liittyy myös tutkimuksellisia ongelmia. Tutkijoiden käytettävissä olevat informaativirratt tutkimusilmiöstä vaihtelevat. Niin ikään tutkijoiden kyvyt kuvata tutkimusta ovat usein erilaisia. Lisäksi tutkijoiden subjektiveetti vaikuttaa tutkimustulkintoihin. Siten jokin etnografinen tiheä kuvaus voi olla toisia tiheämpi tai kapeampi. Samaa ilmiötä tarkastelevien kahden tutkijan tulkinnat ja lopputulemat voivat myös olla toisistaan poikkeavia, mutta silti olla täysin reliaabeleja. (Burns 2000.) Tiedostan tutkimuksessani tutkimustuloksien siirrettävyyteen ja toisintamiseen liittyvät pulmat. Tämän vuoksi tuon selkeästi esiin teoreettisen viitekehyksen, esioletuksineen. Kuvaan tutkimusilmiötä erityispiirteineen mahdollisimman tarkasti. Tuon esiin tutkimuksessani myös tutkimuspolun analyttistä ketjua sekä sitä ohjanneita periaatteita.

6. Veljeskunnan kilpailukäytäntö

6.1 Kalastuskilpailun ajallinen eteneminen

Aloitan kalatarinani ajallisesti jäsentyneenä kuvauksena siitä, miten vetouistelukilpailukäytäntö etenee. Tuottamani autobiografiset narratiivit, visuaalinen kuvasto sekä niiden analysointi kertovat siitä, kuinka vesille mennään ja kuinka siellä ollaan kalassa. Ne kuvaavat myös kalastuskilpailun jälkeisiä tapahtumia. Kalastuskilpailut ovat tutkimukseni konteksti, jossa havainnoin yhteisön muodostumista sekä moninaista toimijuutta.

Kenttätöaineiston mukaan yksittäistä kilpailua voidaan pitää koordinoituneena kokonaisuutena, jonka rakenteesta on hahmotettavissa ajallisesti järjestäytyneen aristoteelisen tapahtumaketjun – alun, keskikohdan ja lopun – merkityksellinen tehtäväjuoni (ks. Hänninen 1999; Ricoeur 1985). Nimeän nämä osatehtävät *ennen kilpailua*, *kilpailussa* sekä *kilpailun jälkeen*. Kuva neljä (4., s. 147) hahmottaa kalastuskilpailukäytännön rakennetta ja ajallisesti etenevää toimintoketjua. Kuvassa ilmenee myös yksittäisen projektin osatehtäviin vaikuttavia ei-inhimillisiä tekijöitä, kuten eliöt (mm. kalat), sää sekä vesistö. Ne ovat luonnonvoimia, jotka vaikuttavat osatehtävien, erityisesti kilpailussa osatehtävän, toteutukseen.



KUVA 4. Kalastuskilpailukäytännön rakenne ja ajallinen eteneminen.

Kilpailukäytännön näkökulmasta yksittäisen kilpailuprojektin osatehtävien vaiheet liittyvät toisiinsa. Niin ikään yksittäisen vaiheen alle voi määrittää erilaisia toiminnan ja aistillisuuden elementtejä sekä tehtäviä. Nämä voivat olla luonteeltaan rutiinimaisia, mutta myös yllätyksellisiä, tavanomaisesta poikkeavia, jopa uudenlaisia toimia. Toimet voivat olla myös osittain päällekkäisiä, esimerkiksi kilpailussa-vaiheeseen sisältyvään saaliskalan väsyttämiseen liittyy muun muassa kalan haavitseminen ja veneen ohjaaminen. Tällöin yhdistyy kolme eri toimea, mutta mahdollisesti myös kolmen eri toteuttajan teot.

Puran schatzkilaisen projektin (tässä yhteydessä yksittäisen kilpailutapahtuman) pienempiin osatehtäviin ja niihin sisältyviin toimintojen ja sanontojen kimppuihin. Yksittäisen osatehtävän voidaan nähdä olevan yhtäältä vastine edeltäjänsä tapahtumiin ja toisaalta se on muutosvoima, joka peilautuu tulevan vaiheen kontekstiin sekä toimiin (ks. Schatzki 2005). En tavoittele tutkimuksessa Schaun ja kollegoiden (2009) tapaan tyhjentävää luokitusta järjestäytyneiden tehtävien lukumäärästä. Näen Schatzkin (2005) mukaisesti kalastuskilpailun avorakenteiseksi. Tietty projektin tehtävä voidaan toteuttaa esimerkiksi teleoaffektiivisesta näkökulmasta erilaisten toimintojen ja sanontojen kautta eri tavoin. Uistelun kontekstissa venekunta voi pyytää vaikkapa pinnalta tai syvältä, rannasta tai seljältä, takiloilla ja/tai plaanareilla, vaapuilla tai rakeilla.

Tuon tutkimuksessa esiin tulkintaani kuhunkin osatehtävään sisältyvistä olen- naisista toiminnoista. Toimista jotka muodostavat projektia sekä liimaavat tehtä- viä käytännöllisesti järkeenkäyväksi kokonaisuudeksi. Yhteisöllisten inhimillisten toimintojen ja toimijuuden ohella projektin osatehtäviin osallistuvat ei-inhimilli- set tekijät, kuten kalat ja muut eliöt sekä dynaaminen muuntuva luonto. Voidaan- kin ajatella, että kilpailun osatehtävien kokonaisuus muodostaa juonen tai polun, joka määrittää onko yksittäisellä kalastuskilpailutarinalla onnellinen loppu vai onko kyseessä dramaattinen ja surullinen kertomus. Seuraavaksi käsittelen kalas- tuskilpailun ennen kilpailua-, kilpailussa- sekä kilpailun jälkeen- osatehtäviä.

6.1.1 Ennen kilpailua: kamat kasaan ja vene vesille

Herään kukon kiekaisuun ja tapailen kädelläni äänen suuntaan, sammuttaakseni puhelimeni herätyksen. Kello on 5.30, kotikisa Kemijoella alkaa 10.00. Tepaste- len puutunein jaloin kohti parveketta venytellen selkääni. Tajuan, että en kuule sateenropinaa peltikattoa vasten. Hienoa! Avaan parvekkeen oven ja tunnen heti ilman viileyden ihollani ja alkavan syksyn tuoksun. Kuunnellen tuuleen aihe- uttaman puunlehtien kahinaa katson koivun oksien kääntymistä. Tuuli ei ole voimakas, ehkäpä 3–4 m/s. Nuolaisen kättäni saadakseni siihen sylkeä. Kurotan käteni ulos ja kääntelen sitä eri suuntiin. Lopulta tunnen tuulen viileyden syljen kostuttamalla iholla. Tuulee etelästä. Onneksi ei ole pohjoistuuli, tuolloin kala ei olisi otillaan. Täytyynee panna GORE-TEX®iä ylle...

Edellä esitetty ote piirtää esiin kilpailuaamulle tyypillisiä alkurutiineja sekä nii- den kehollista ja aistillista luonnetta. Kehollinen kalastaja nousee vuoteestaan pyrkien saamaan kehoaan ja raajojaan toimintakykyisiksi. Hän etenee kohti parveketta ja ulkoilmaa – tavoitteena on muodostaa ymmärrystä vallitsevasta säätilasta ja tulevasta kisakontekstista. Ymmärryksen hankinnassa eri aistit ovat solmiintuneet yhteen. Kuulo- ja näkö- sekä hajuaistin avulla selvitetään sataako ulkona. Samanaikaisesti käden tuntoaistilla paitsi tartutaan ovenkahvaan, mutta myös etsitään tuulensuuntaa. Aistihavainnot yhdistettynä käytännön ymmär- rykseen (mm. Shove & Panzar 2005) auttavat tekemään johtopäätöksiä esimer- kiksi sopivasta vaatetuksesta tai ennakoimaan kalan mahdollista käyttäytymistä. Kotikisasta johtuen ajomatka joelle ja venereitti kisakeskukseen eivät ole pitkiä. Herätys on kuitenkin varsin aikainen, 4,5 tuntia ennen kisan virallista alkua. Kisaan valmistautumisen toimet ottavat aikansa. Kisojen kesto vaihtelee 8–12 tuntiin, laskematta mukaan kisatuloksien odottamiseen ja kisapaikalta poistumi- seen menevää aikaa. Tämä kertoo lukijalle paitsi kisan käytännön abstraktin ajan (abstract time) ajallisesta kestosta (clock time), mutta myös konkreettisen ajan (concrete time) prosessuaalisesta koettelevuudesta (Fine 1996).

Ennen kilpailua -vaihe ulottuu usein varsinaista kisapäivää aikaisemmaksi. Aikaa käytetään esimerkiksi veneen varustelun parantamiseen. Käsistään tai-

tavina kuluttajina (craft consumer, Campbell 2005; ks. myös Watson & Shove 2008) uistelijat tekevät itse tai asentavat puolivalmisteisia lisävarusteita. Kuvan viisi (5.) veneeseen on jälkikäteen lisätty Hard Top -kate (veneen pieni katolinen hyttiosio), targakaari (katteen päällä sijaitseva plaanariteline), tuulilasi sekä kalastusvälineitä (esim. syvätakila⁹ (4 kpl), plaanarijärjestelmä). Veneeseen on hankittu myös muuta tarpeistoa (kuljettajan penkki, automaattiohjaus) tai elektroniikkaa (esim. kaikuluotain, GPS, karttaplotteri), joilla muunnetaan veneen käytettävyyttä aktiviteettiin soveltuvammaksi. Kunnostustoimien jälkeen veneiden ei odoteta olevan ulkoisesti kuvankauniita tai esteettisesti puhuttelevia ”silmäteriä”. Ne ovat karuja ”työjuhtia”, välineitä, joilla tehdään. Jos kuvan viisi (5.) venettä verrattaisiin ”koskemattoman” veneen lähtökohtiin, olisi sitä vaikea tunnistaa muutoksien jäljiltä. Jälkeenpäin asennettujen varusteiden ja tarpeiston yhteenlaskettu hinta ylittää selkeästi alkuperäisen veneen rungon hinnan – asennukset ovat alustaansa arvokkaampia.



KUVA 5. Itse paranneltu kilpauisteluvene.

Eräs tutkittavan yhteisön *ennen kilpailua -vaiheen* yhteisöllinen hetki on syyskokouksen yhteydessä tehtävä *seurajoukkueen valinta*. Seuraavaksi lyhyt ote kokouksen kulkua kuvaavasta etnografisesta kenttäpäiväkirjasta.

Seuran syyskokous pidetään tutussa kookkaassa sauna- ja kabinettitilassa. Huoneen oikeaan laitaan on asetettu ”rivijäseniä” varten pöytiä ja tuoleja u- kirjaimen muo-

9. Takila on vetouisteluväline, jolla voidaan laskea viehe haluttuun syvyyteen. Sen viisi merkittävää osakomponenttia ovat paino, teräsvaijeri, puola, takilan puomi ja syvyysmittari. Kuvassa veneen vasempaan laitakaiteeseen on kiinnitetty yksi manuaalinen ja yksi sähkökäyttöinen takila.

toon. U:n ympärille on asettunut 25–30 veljeskuntalaista jo hyvän aikaa ennen kokousta, onhan perjantai-ilta ja läheisellä tarjoilupöydällä on tarjolla vapaasti olutta sekä viiniä. U-kirjaimen ”edessä” on kokousvirkailijoiden: sihteerin, puheenjohtajan ja rahastonhoitajan pöytä. Kokouspöydästä katsoen huoneen vastakkaisella puolella on kaksi hivenen erillistä 10 hengen pöytää, joista toinen asettuu huoneen takaosaan takan läheisyyteen ja sen viereinen pöytä on puolestaan etuosan seinään kiinnitetyn ison taulu-tv:n läheisyydessä. Kummankaan pöydän äärellä ei ole tyhjiä istumapaikkoja. Pöydissä käydään vireää naurun saattelemaa hiljaista keskustelua, joka ei liity käsillä käytävään kokoukseen – sitä seurataan vain ”sivukorvalla”. Miljöö ja kokouksen henki ovat kohdillaan. Itse kokous on edennyt kohtuullisen ripeästi, virallisia määrämuotoja noudattaen, mutta muutoin vapaan protokollan mukaisesti. Hurtti huumori ja kommentit lentelevät kokousvirkailijoita myöten kaikkien pöytien välillä, avautuvien korkkien suhabduksien kannustamana. Esityslistalta on käsitelty alkutoimet, ilmoitusasioineen. Päätösasioissa ei viivästely, ainoastaan seuramestaruuden pitopaikka ja ajankohta herätti pidempää keskustelua. Ehkä seuran jäsenien takaraivossa kajastaa tv:n tuleva ottelu ja sauna, eh – heh. ”Seuraa-vaksi olisi seuran cup-joukkueiden valinta” puheenjohtaja sanoo ja kopauttaa nuijaa pöytään; hän jatkaa kysyen ”Ehdotuksia?”. Eipä aikaakaan kun u-pöydän toisesta ”siivestä” kuuluu ”Ehdotan K:n porukkaa!”. Pitkin huonetta kuuluu mantramaisesti ”kannatetaan”. Samaan tapaan, helposti edeten kaksi seuraavaa miehistöä tulee valituksi... Puheenjohtajan katse kiertää veljeskunnan jäsenissä ja hän jatkaa ”...näin ollen, päätän kokouksen” jatkaen perään: ”Eiköhän siirrytä tärkeämpien asioiden eli ottelun ja saunan pariin!” – ”KANNATETAAN!!!” huuto kiirii läpi kabinetin....

Seuran joukkueisiin valitut jäsenet sitoutuvat osallistumaan, kiertämään ja edustamaan yhteisön värejä jokaisessa tulevan kauden Cup-kisassa, seuran pienen muodollisen tuen avittamana. Kirjoittamattomana tapana on, että toista veljeskuntalaista, ja varsinkin itseään, ehdottavalta jäseneltä odotetaan tiukkaa itsekritiikkiä. Ehdokkaalta edellytetään kokemusta ja näyttöä aiemmasta kisame-nestyksestä, pelkkä oma innostus tai halu ei ole riittävä. Perimmäisenä kriteerinä on julkilausuttu yhteisöllinen yksimielisyys valinnan oikeutuksesta. Valituksi tul-lut voikin olla vakuuttunut kilpailukäytäntöosaamisestaan.

Varustuksen parantamisen ohella *ennen kilpailua* -vaiheeseen liittyy muitakin toimenpiteitä ei-inhimillistä tarpeistoa kohtaan. Varsinaista kisaa edeltävinä päi-vinä tarkistetaan *tarpeiston toimivuutta*, esimerkiksi suoritetaan veneen koeajo, jossa koetellaan moottorin ja elektroniikan tai veneperävaunun ja trailerin valojen kuntoa. Koeajon yhteydessä kilpailijat myös *luotaavat vesistöä* etsien kalojen olin-paikkoja kisaa varten. Osaaville uistelijoilta on tavanomaista tarkistaa hyrräkelo-jen siimojen tilaa, hakea mahdollisia siiman vahingoittumia sekä silmämääräisesti että sormin tunnustellen. Tarvittaessa uistelijat vaihtavat myös siiman uuteen. Siiman vaihdossa yksi tai kaksi uistelijaa vetävät käsin vanhan siiman pois hyrräkelan puolalta. Tämän jälkeen toinen kalastajista kela- veivin kammen avulla

uuden siiman (300–400 m) vanhan tilalle huolehtien siitä, että siima tulee tasaisesti. Toisen uistelijan tehtävä voi olla auttaa sisäänkelausta, esimerkiksi pitämällä siimarullaa sopivassa asennossa. Siiman sisäänkelaaminen on toisteisuudesta johtuen ruumiinjäseniä, erityisesti käsiä, koetteleva ja puuduttava kokemus. Varsinkin jos siimoja vaihdetaan useampaan kelaan.

Huoltotoimenpiteiden ohella merkittävä kilpailua edeltävä toimintaketjun osa on *vieheiden, esimerkiksi vaappujen, järjestäminen kilpailua varten ja niin kutsutun aloitussettiäihion valinta*. Sitoutuneilla vetouistelijoiilla on kilpailuveneeseen mukanaan satoja uistimia. Suuri viehevalikoima tarjoaa uisteliijoille erilaisia pyyntiviehevalintoja. Ne mahdollistavat toimivaksi osoittautuneen mallin pyyntiin lisäämisen tai mahdollisesti pohjaan jääneen vieheen korvaamisen toiseen. Suuri uistinten määrä edellyttää niiden organisointia – paikoilleen järjestämistä. Kilpakalastajat järjestävät uistimia läpinäkyviin muovisiin rasioihin tiettyjen toimintalogiikoiden, kuten vaappumerkin tai pyydettävän saaliskalalajin suhteen. Rasioiden läpinäkyvyys ja niihin kirjoitetut avainsanat auttavat kalastajia löytämään nopeasti halutun ja kaivatun uistimen. Kisan aloittavien ”settien” valitseminen on yhteistoiminnallinen päätös.

Ennen kilpailutapahtumaa venekunnan miehistö kerääntyy usein pyöreän pöydän äärelle, jossa esitellään toisille omia ehdotuksia uistimen mallista, koosta, väriyksestä, uinnista ja uintisyvyydestä. Seuraavaksi etnografisen päiväkirjan ote pyöreän pöydän tapahtumista.

... saunan jälkeen minä, K. ja R. istuudumme pyyhkeisiin kääriytyneenä lämpimän rivitalohuoneemme tupapöydässä. Huoneen ikkunasta aukeaa, tai pikemminkin ei aukea, näkymä pikimustaan illan siimekseen. Onneksi huoneessa on kirkkaat loisteputkivalot. Se, mitä huoneen valossa näkyy on jokaisen miehen edessä olevat viisi viehettä ja pöydän keskellä olevat ”viehevaranto”- rasiat sekä lasilliset ”neuvoa antavaa”. Istumme hiljaa pyöritellen omia valintojamme, ja juomia maistellen, taustalla olevan radion soitellessa ”aina niin hilpeätä” hanurimusiikkia. Ajatukseni karkaa muualle. ”Eh heh, jos vaappujen asemasta meillä olisi kortit, pelaisimme pokeria!”. ”Äh, hommiin siitä” komennan itseäni.

Vilkuilen uteliaana pöydän yli toisten valintoja, erityisesti minua kiinnostaa K.:n ”setti”, sillä hän on ensimmäistä kertaa taimenta pyytämässä. ”Jahas, villit ovat värit” katselen hänen edessään olevia fluori-kelta-puna-oranssisia vaappuja, pyöritellen sisäisesti päätäni. K. oli valinnut tyypillisiä ärsykeväritettyjä, saalistusvaiston herättämistä tavoittelevia, kookkaita ja laajasti keinahtelevia haukivaappuja. Oma valikoima koostuu ”tyypillisistä taimenvaapuista”, laihoista, vähäeleisesti ”tikuttavista” ja luonnonmukaisesti sävytetyistä vieheistä. ”Taimenhan syö vain syödäkseen, eihän ärsy voi toimia, vai voiko?”. Ajatukseni keskeyttää ulko-ovelta kuuluva koputus ja oven aukaisu. Naapurimme R.K. tervehtii ja purjehtii minun vastapuoliselle penkille ja katsoo valintojamme. ”Ai jai, pojat!

Nyt näköjään väärä on valttia!" R.K. virkkaa. Kasvot punehtuneena K. tokaisee: "Mitäs sitten tulisi valita?"

"Jaa, annappa ku kerron, olikos teillä muuten kurkun kastuketta?" R.K. kysyy. Otan lasin ja kaadan sen puolilleen ja esitän vastakysymyksen: "Et kai vain Räsäsen seiskaa tarkoita?". R. naurahtaa pöydän toisella puolella ja K. on puolestaan aivan ymmällään. R.K. hymyilee ovelasti ja nostaa lasia, "Just sitä". Legendaarinen Räsänen 7 peltiustin seuran moottorivetouistelijoiden käyttämä vastaus kysymykseen "millä tuli?" – kyse ei ole agentin, vaan salaisen ottipelin peitekoodista...

Lopullinen päätös aloitussetin valinnoista tehdään argumentointikeskustelujen ja tiettyjen henkilökohtaisten kiintiöiden pohjalta, esimerkiksi yksi mies ja yksi vaappu -periaatteella. Keskustelujen ohella vaappujen muotoja tunnustellaan, koukkujen terävyyttä testataan sormin tai kynsiä vasten. Niiden värien toimivuutta pohditaan, esimerkiksi tulisiko valita ärsykeväri vai luonnollinen, tai tumma vaiko vaalea. Niin ikään vaappuja helisytellään, jolloin kuunnellaan koukkujen iskeytymisestä aiheutuvaa ääntä tai niiden rungossa olevien kuulien hokuttelevaa räminää. Valintoihin vaikuttavia muuttujia on monia, kuten esimerkiksi kauden ajankohta, säätila (esim. lämpötila, pilvien määrä ja väri) tai kulttuurinen ymmärrys olosuhteiden vaikutuksesta saaliskalan olemiseen. Luonnollisesti oma kisakokemus sekä tiedot ja huhut menestyneiden moottorivetouistelijoiden aiemmin käyttämistä vieheistä ovat valintoihin vaikuttavia tekijöitä. Viehevalintojen yhteydessä venemiehistö lyö lukkoon usein myös sen, minne vene kisalähdön jälkeen suunnataan.

Kisan ajallisesta kestosta ja kalastustoiminnan toteutuksen kuluttavuudesta johtuen venemiehistön on huolehdittava toimintakyvystään ruokailemalla ja juomalla. Vakavasti kilpailuun suhtautuvat eivät rantaudu kisojen taukopaikoille, vaan syöminen tapahtuu veneessä. Uistelijat *valmistavatkin kisaan varten juotavansa*, kuten kahvin, ja *eväänsä*. Ruoka on helposti tehtävää ja vaivattomasti veneessä syötävää, kuten voileipiä, makkaraa, hedelmiä, mehua tai juotavia jogurtteja. Ruokavalinnat noudattavat toki syöjänsä mieltymyksiä, mutta niitä ei voida pitää gastronomisina herkuina. Mielestäni moottorivetouistelijoiden kisaruoailussa on yhteneväisyyksiä kehonrakennuksen kulttuuriin. Esimerkiksi Klein (1993) kertoo kilpailuun valmistautuvien kehonrakentajien suhteesta ruokaan. Heille ruoka ei ole nautinto. Se on usein mauton ja tarkkaan suunniteltu ravintoannos, ruumiin polttoaine, jota on tankattava – vaikka ei maittaisi.

Ennen kisapaikalle siirtymistä kylmälaukut, pelastusliivit, kelluntapuvut, vaatteet, polttoaine sekä kalastusvälineistö on pakattava ja kannettava autoon. Kalastusvälineistö on tavallisesti säilötty sisätiloihin varkausuhan vuoksi. Niinpä kisasta riippuen 4–12 vapaa keloineen, 2–4 syvätäkilaa, 3–4 vapapakkia on kannettava sisältä joko veneeseen tai autoon. Kantamistehtävän nopeuttamiseksi se toteutetaan miehistön yhteisvoimin, ripeässä tahdissa. Suuri tavaramäärä on saatava mahtumaan autoon siten, ettei se siirryile, vahingoitu tai aiheuta mekkalaa

matkan aikana ja niin, että järjestys mahdollistaa 2–4 kalastajaa löytämään itselleen istumatilaa. Pakkaustavasta ja taidosta muodostuu epäonnistumisten kautta opittu venekunnan rutiini: tavarat pannaan tiettyihin paikkoihin tiettyssä järjestyksessä. Pakkauksen yhteydessä miehistö pitää kirjaa kyselemällä ja varmistaamalla toinen toisiltaan, ettei mikään tärkeä pääse unohtumaan.

Tutkittavaa yhteisöä yhdistävän kilpailukokonaisuuden, Lappi-Cupin, osakilpailut tapahtuvat eri paikkakunnilla ja eri vesistöissä. Tämän takia kisoista vain yksi on niin kutsuttu kotikisa. Muihin osallistuminen edellyttää *matkustamista kohti kisaa*, jossa omaa venettä kuljetetaan venetrailerin päällä, auton perässä. Lähietäisyydellä, 100–200 kilometrin päässä, sijaitsevista kilpakohteista, vietetään yleensä vain yksi päivä. Kaukaisempiin kilpailuihin hakeudutaan varsinaista kisapäivää aiemmin, ja tapahtumapaikalla majoitutaan esimerkiksi matkailuautoissa tai venekunnan yhteisesti vuokraamissa mökeissä. (Markuksela 2009.)

Harrastajien yhdensuuntaista kalastusmatkaa voidaan pitää varsin pitkänä, ja 80 km/h maksiminopeudessa etenevä matka uuvuttaa niin kehoa kuin mieltäkin. Vieraillessani kilpailevissa venekunnissa ja ollessani mukana heitä liikuttavassa autossa havaitsin erilaisia tapoja tehdä matkaa ja kuluttaa aikaa. Eräiden venekuntien jäsenet sulkevat radion tai nauhoitetun musiikin automatkan ajaksi, käydäkseen keskusteluja taivaan ja maan väliltä. Toisten venekuntien matkanaikaiset keskustelut ovat vähäisempiä. Tällöin autokuskin valitsema radiokanava täyttää puheen tyhjäksi jättämää tilaa, muiden matkalaisten uppoutuessa ohi lipuvien maisemien katseluun, lukemiseen tai nukkumiseen. Mukana kuljetettavista suurista tavaramääristä johtuen miehistön jäsenet säätelevät autonpenkkejä löytääkseen itselleen paremman matka-asennon. Minimaaliset tilat mahdollistavat kuitenkin harvoin hyvän asennon. Tilallisesti ahtaassa matkanteossa liikkuminen on myös rajoittunutta. Ruumiillinen liikkumattomuus aiheuttaa helposti jäykkyyttä matkaajien jalkoihin, selkään tai niska-hartiaseuduille. Kehon elvyttämiseksi ja väsymyksen karistamiseksi menomatkaa katkotaan lyhyehköillä tauoilla, esimerkiksi huoltoasemilla, joissa kohdataan usein myös samankaltaisten aika-tilojen mukaan eteneviä, taukoilevia venekuntia. Yhteisten kahittelujen jälkeen venekunnat tapaavat jatkaa matkaa, rekkakuskien tapaan, eräänlaisena kuljetusaattueena. Määränpäen lähestyessä miehistöä kuljettavassa autossa on aistittavissa, kuinka matkaajien ”henki” liukuu eräänlaiseen välitilaan, jossa uistelijat ovat siirtymässä kohti kilpailun toiminta- ja tahtotilaa. Loppumatkaa voidaankin pitää kalakisan esivaiheena, jossa venekunta pyrkii rientämään kisakeskukseen, saavuttaakseen mahdollisimman ”kärjessä” olevan paikan veneenlaskua odottavien kilpailijoiden jonossa (kuva 6., s. 154).



KUVA 6. Veneen vesillelaskuvuoroa jonottamassa.

Jonottaessaan mahdollisuutta vesillelaskuun, veneen miehistö ryhtyy siirtämään autossa olevia tavaroita veneeseen. Autojen ja veneiden jonottava letka etenee hitaasti. Auton liikkeen hetkellisesti pysähtyessä takiloita asetellaan paikoilleen, vapoja sekä haaveja yhteenkootaan ja laitetaan telineisiin, ja elektroniikkaa kytetään – veneen valmiustilaa rakennetaan, vähän kerrallaan. Veneen valmistelu on tottuneille ja osaaville uistelijoille rutiinikäytäntö, mutta siihen voi sisältyä yllättäviä elementtejä. Esimerkiksi eräänä kotikisa-aamuna miehistömme alkoi kantaa varusteita veneeseemme. Saavuttuamme sen luo havaitsimme kauhuksemme varkaiden vierailun. He olivat vieneet takilatelineemme hyvin siististi, mitään särkemättä. Tämän teon jälkeen hallussamme olevat takilat olivat käytökelvottomia, joten kilpailuun osallistumisen ehtona oli kehittää jokin uusi, innovatiivinen hätäratkaisu ongelmaamme. Päädyimme rakentamaan alkeistakilan. Kiinnittämällä lyijypainon nailon-köyden päähän ja sitomalla runkoköyteen metrin välein solmukohtia pystyisimme teoriassa laskemaan rakennelman tietylle syvyydelle. Kehitelmämme ei toimivuudessaan vetänyt vertoja oikealle takilalle, mutta olimme ylpeitä yrityksestämme. Saimme myös kisamenestymättömyyttä perustelevan uskottavan selityksen, veljeskunnan muille jäsenille tarjottavaksi.

Veneen vesillelaskussa yhdistyy erilaisia tekoja. Ensinnäkin vene ja traileri -yhdistelmä tulee peruuttaa laskuramppia pitkin alas veden äärelle. *Trailerin peruuttamisen* vaikeus on sen luonnollisen toiminnan vastapäiväisyys. Esimerkiksi oikealle traileria peruutettaessa pitää kääntää auton rattia vasemmalle. Toiset miehistön jäsenet voivat omilla toimillaan antaa merkkejä ja helpottaa autoa peruuttavan kuskin toimintaa. Peruuttamista vaikeuttaa se, että laskurampit, nuo betoniset laatat, ovat varsin kapeita. Tietoisuus siitä että virheisiin ei ole juurikaan varaa, lataa lisää tilanteeseen liittyviä hermopaineita. Peruuttamisessa johtuva rampilta

ajautuminen voi vahingoittaa traileria tai jopa kaataa peräkärryn veneineen. Epäonnistuminen tai vaikeuksien kautta suoriutuminen, toisten moottorivetouistelijoiden silmissä, on häpeää aiheuttava taitamattomuuden osoitus. Veneenlaskussa voidaan erotella tiettyjä tapahtumaelementtejä. Esimerkiksi onnistuneen peruuttamisen jälkeen on vuorossa varsinainen *veneenlasku ja veneen käynnistäminen*. Seuraavaksi narratiivinen ote ajallisesti järjestäytyneestä prosessista.

Isäni avaa auton molemmat ikkunat. Hän aloittaa peruuttamisen. Tiedän entuudestaan, että hän käyttää apunaan sivupeilejä ja takapeiliä, mutta hän hakee myös suoraa katsekontaktia minuun päätään kääntämällä. Olen asettunut seisomaan laskurampin oikean laidan alkamiskohtaan, ruumiini toimii siitä ilmoittavana maamerkinä. Antamalla liikennepoliisin tavoin käsimerkkejä auton isääni veneperäkärryn, trailerin, peruutuksessa. Käsimerkit ovat perusteltuja, koska edes huutaminen ei tahdo kuulua autoon. Traileri noudattaa isäni ohjausaikeita. Vesi yltää miltei trailerin renkaiden napoihin, se on kyllin syvällä vedessä, annan pysäytysmerkin – huokaisen itsekseni, sehän meni tällä kertaa vaivatta. ... Isäni irrottaa vinsiliinan ja me työnämme venettä kevyesti, jolloin se lipuu köli- ja sivurullien päällä veteen. Nojaan kehollani taaksepäin pitäen kiinni veneen keulaan sidotusta narusta, tavoitteena estää veneen liukuminen liian pitkälle. Käteni ympäri kiedottu naru kiristyy veneen massasta johtuen, lopulta saan sen liikkeen pysähtymään. Vedän köyttä itseeni päin, jolloin saan venettä hivenen lähemmäksi traileria. On aika siirtyä veneeseen.

Tasapainoilien trailerin puomin päällä ja sen kautta venettä kohti. Tässä on nopeus valttia. Lopulta hyppään veneen kannelle, jalkani tapailevat tasapainoamerialumiinisella alustalla. Tartun keulakaiteeseen ja pysäytän eteen ja taaksepäin heiluvan kehonliikkeen. Kumarran päätäni ja astun hytin sisään. Hytin seinistä tukea hakien etenen veneen sisässä ohjauspulpetille. Istahdan kuskinpenkille ja tartun ohjauslaitteiston kaasukahvaan. Painan siinä olevaa namikkaa, jolloin sähköinen moottorikippi laskee moottorin ja potkurin veden alle. Kojetaulun trimmimittari osoittaa moottorin olevan riittävän syvällä käynnistykseen. Väännän oikealla kädellä virta-avainta vasempaan ja samanaikaisesti työnän vasemman käden peukalollani ryyppyvipua ylöspäin, kuullen tutun matalan moottorin ärjäisyn, haistaen miedon bensiinin tuoksun. Moottorin ääni ei ole kuitenkaan tarpeeksi voimakasta: nostan ryyppyvipua uudelleen ja annan moottorille lisää bensiiniä. Lopulta kone murisee normaaliin tasaiseen tapaansa, katse kierroslukumittariin varmistaa kaiken olevan kunnossa. Painan kaasukahvassa olevaa kytkintä ja vedän kahvaa taaksepäin asettaen vaihteen pakille. Veneen liukuessa taaksepäin, pidän ratista kiinni ja nousen pystyyn hakien samanaikaisesti katseellani vapaata paikkaa edessä olevalta rannalta, yhtäaikainen liike taaksepäin ja kehon suunta eteenpäin tuntuu vuosienkin jälkeen oudolta...

Kuvauksen avulla voidaan tuoda esiin se, kuinka veneen vesillelaskuun limittyvät kehollisuus ja aistillisuus. Esimerkiksi auton peruuttajan jalat liikkuvat kytkin-, kaasu- ja jarrupedaaleilla. Peruuttajan katsoessa taaksepäin, havainnoidakseen opastajan käsimerkkejä, hänen kätensä kääntävät ”sokkona” rattia peruutuslogiikan periaatteita noudattaen, ohjaten venetraileria haluttuun suuntaan. Laskukokonaisuus on selkeästi toiminnallista yhteistyötä, johon voi osallistua kahdesta–kolmeen venekunnan jäsentä. Laskettavaan veneeseen menevän uistelijan toiminnassa on puolestaan löydettävissä selkeää aistien synesthesiaa. Esimerkiksi uistelijan etenemisessä trailerin keskipuomia pitkin ja hyppäyksessä kannelle tarvitaan eri tuntoaistien yhteispeiliä, kuten kinestistä liike- ja kiihtyvyyksiaistia (ks. Paterson 2009) ja tasapainoaistia. Liikkeen näkökulmasta se ei rajoitu vain veneessä olevaan toiminnalliseen kalastajan kehoon ja kehoa liikuttavaan omaan liikkeeseen. Kehohan on laskettavassa, liikkuvassa veneessä, joka kuljettaa sitä. Laskettavan veneen liikkeen hiipuesssa se rupeaa ajelehtimaan, jolloin vesistö alkaa kuljettamaan sekä venettä että siinä olevaa. Veden aaltojen liikehdintää muovaa puolestaan vallitseva sää, esimerkiksi tuuli. Voimakkaan tuulen synnyttämässä aallokossa oman kehon toiminta ei riitä raskaan veneen orkestroimiseksi. Vaaditaan oikein ajoitettua Rodawayn (1995) mukaista laajennettua kosketusta, jossa tuntoaisti laajentuu kehoamme ulommas, ei-inhimillisille osa-alueille. Tässä tapauksessa käsien liike yhdistyy ohjauslaitteiston komponentteihin, joilla venettä ohjataan ulommille vesille.

Kilpailusta riippuen lähtöalueita on yksi tai useampia. Veneenlaskun jälkeen kilpailijat *rantautuvat kisakeskuksen rannalle* tai toisille lähtöalueille ilmoittautuakseen kisaan. Aikainen saapuminen veneenlaskujonoon on keino varmistaa suotuisa laitur- tai rantapaikka. Paikan saanti on rajoitettu, varsinkin suuremmissa kilpailuissa, joissa laituri- ohella myös rannat täytyvät nopeasti. Kilpaillevat veneet ovatkin usein kylki kyljessä, miltei kiinni toisissaan (kuva 7., s. 157). Toisaalta pelkkä tilan määrä ei ole ainoa tekijä, joka rajoittaa tai asettaa haasteita rantautumiselle. Esimerkiksi rannan muoto, kuten kivikkoisuus tai rannasta pitkälle ulottuva mataluus, voi estää veneitä saapumasta.



KUVA 7. Kisakeskuksen ranta ennen kilpailua.

Rannan fyysisten puitteiden ohella veneen koko ja miehistön määrä vaikuttavat rantautumisen tekniikoihin. Kahden miehen venekunnissa kippari ohjaa venettä hiljakseen kohti rantaa, toppuutellen sen vauhtia ohjauslaitteen vapaa- ja pakkivaihteen avulla. Veneen moottori on nostettu ”sähkökipillä” miltei pintaan nopeuden hiljentämiseksi sekä potkurivaurioiden välttämiseksi. Hidas nopeus ja aallokot kuitenkin haittaavat veneen hallintaa, se ei tottele auliisti ohjaajansa. Yksi miehistön (kuva 8.) jäsen tapaa olla sijoittunut veneen keulaosaan, jakaakseen veneen painoa tasaisemmin ja parantaakseen veneen syväystä.



KUVA 8. Aamuiselle lähtöpaikalle rantautumista.

Keulassa oleva miehistön jäsen toimii myös venettä ohjaavan silminä, hänen tehtävänä on varoittaa edessä olevista piilevistä rantakivistä tai muista esteistä. Aivan rannan läheisyydessä pienten ja keskisuurten veneiden keulamies voi siirtyä hetkeksi veneen takaosaan, jolloin keula nousee hivenen ylemmäksi. Hetkeä ennen veneen rantaan karahtamista moottori sammutetaan ja nostetaan yläasentoon, veneen annetaan lipua. Rantakosketuksen jälkeen keulamiehen tehtävänä on mahdollisimman nopeasti suoriutua maihin ja varmistaa, esimerkiksi keulaköyden avulla, ettei vene karkaa takaisin vesille. Vene vedetään kaksikon käsin tai rannalla olevien muiden miehistön jäsenten avittamana maihin. Olennainen osa rantautumista on veneen varma kiinnittäminen siten, ettei se hakkaudu kiviin tai toisiin veneisiin luonnollisten tai saapuvien veneiden nostattamien aaltojen toimesta. Kiinnittämisessä vene pyritään sitomaan johonkin mahdollisimman kiinteään, kuten puihin tai kiviin. Hyvin usein rannat ovat kuitenkin siistitty paljaaksi. Monet uistelijat pitävät veneessä itse valmistettuja harjateräksen pätkiä, jotka teltan kiilojen tapaan pureutuu kovaankin maahan ja varmistaa veneen paikallaan pysyvyyden. Tämän jälkeen *kippari ilmoittautuu kisaan* maksamalla osallistumismaksun järjestäjille tai osoittaa heille suorittaneensa maksun jo aiemmin. Tässä yhteydessä ilmoitetaan turvallisuussyistä sekä kipparin oma nimi että miehistön nimet järjestäjien rekisteriin. Kippari saa ilmoittautumisen yhteydessä järjestäjiltä saalispuussin, kisan säännöt ja kilpailunumeron¹⁰.

Rantautumisen jälkeen pyörintä veneiden ympärillä jatkuu varsin vilkkaana. *Veneiden huolinta* on loppusuoralla. Autoista kannetaan yhteisvoimin sinne jääneitä varusteita, kuten kylmälaukkuja, termoskannuja, vaatteita. Tavallisesti rannalla tai laiturilla oleva miehistön jäsen ojentaa tavaroita veneessä olevalle uistelijalle, joka järjestää niitä veneessä siten, että mahdollisimman vaivaton liikuminen mahdollistuu. Huolinnassa varmistetaan myös polttoaineen riittävyys, esimerkiksi varapolttoainetankkien avulla. Huolintaan voidaan mukaan lukea myös välinehankinnat kisakeskuksen myyntipisteistä. Niissä voidaan esimerkiksi täydentää arsenaalia, kompensoida unohtuneita uistimia tai tehdä heräteostoksia. Alla tilannetta kuvaava narratiivi.

Kuljen kisasataman aukeamalla. Huomioni kiinnittyy sataman oikealla laidalla olevaan noin 15 miehen yhteenkeräytymään. Tunnistan oman seuran jäsenten takkeja sekä muiden seurojen värejä. Mitähän tuolla tapahtuu? Lähden kävelemään joukkoa kohti. Lähestyessäni erotan miesten takana kiinnitetyn isohkon itserakennetun hytillisen katamaraanin – sehän on A:n lautta! Ahaa, taitaa olla vaapun myyntiesittely. A. on seuran jäsen, joka tarjoa kalastusohjelmapalveluita ja myy omavalmisteisia vaappuja sekä verkkokaupassa että hyvin varustetuissa liikkeissä.

10. Koko Lappi-Cuppiin ennakkoon ilmoittautuneet ovat maksun yhteydessä saaneet oman numeronsa, joka pysyy samana kauden ensimmäisestä viimeiseen kisaan saakka.

Tosiaan, A on miesten ympäröimänä. Hänen vierellään on vanerista tehty metrin levyinen ja metrin korkea "diplomaattisalkku". Salkun saranat eivät kuitenkaan ole perinteisesti pohjalla vaan sen toisella kyljellä. Auki ollessaan se muistuttaa leveää v-kirjainta tai avointa kirjaa, joka kykenee olemaan auki ja "seisomaan omilla jaloillaan". Salkku on vuorattu sisältä vihreällä kankaalla ja siihen on kiinnitetty vaappuja, vierä viereen. A:lla on kädessä vapa, jolla hän uittaa vedessä olevaa vaappua. "Tällä uinnilla, jos ei tule – niin ei millään", hän sanailee. Ympärillä kuulu naurun remahduksia. A. vetelee vavalla siiman päässä olevaa vaappua muutaman kerran edestakaisin. "Katsokaapa vaikka".

Näen noin 10 cm pitkän vaapun "hakevan" puolelta toiselle, eloisan voimakkaasti. J., seuraamme jäsen, tokaisee vierestäni "Joo, joo, kyllähän se liikkuu... mutta mikäs on ottiväri? Tokkopa uskallat sanoa... saati sellaista myydä, heh-heh!". Hiljaa ollen, A. nostaa vedestä uittamansa vaapun, irrottaa sen lukkoleikarista. Hän kiinnittää irrottamansa vaapun kankaaseen ja ottaa salkusta uuden oudon hailakan vaaleanpunaisen vaapun. Kiinnitettyään sen lukkoleikariin hän tarjoaa vapaa vaappuineen J:lle. "Tässä siul ois sellane" A. sanoo imitoiden Tuntemattoman sotilaan Antti Rokkaa. Taas ympärillä hekotellaan. "Mikäs se tämänöne väritys on?" J. hämmästelee pyöritellessään kädessään olevaa vaappua. "Se nimi on mummon alushousut", A. vastaa – ryhmä repeää nauruun.

Päätään pyöritellen J. laittaa vaapun veteen ja vetää sitä noin 10 cm oikealle. Samassa laiturin alta vilahtaa, kala iskee vieheeseen salamannopeasti. J. tekee refleksin omaisesti vastaiskun ja nostaa komean 20 cm pitkän ahvenen laiturille. J. huokaisee: "Ei oo totta". Ajattelen itsokseni värin olevan ilmeinen ärsyke. Samanaikaisesti A. tokaisee itsevarmasti: "Minähän sanoin että minun vaappujen kanssa ei tarvitse tyytyä makkaraan". Nauramisen jälkeen kalastajat alkavat kilvan kaivaa kuvetta, kauppa käy kuin siimaa. Minäkin poistun veljeskuntalennuksella saatuja vaappuja kourassani pitäen.

Kilpailuveneiden ja varusteiden huollinnan ohella miehistöt huolehtivat myös itsestään, esimerkiksi vieraillemalla käymälässä. Joissain kilpailuissa järjestäjät varaavat tapahtumaan siirrettäviä saniteettitiloja, joissain kilpailuissa wc-tiloja on tarjolla vain muutamia. Jälkimmäisessä tapauksessa helpotuksen huoneen oven taakse syntyy usein pistävän hajun ympäröimiä vaivaantuneita jonoja. Tämä hyvin triviaali asia on olennainen kilpailukäytännön taustatekijä, suoritettu tarve ei ehkä vaivaa enää itse kilpailussa. Rannalla olevista, joko järjestäjien tai yrittäjien pitämissä, myyntikojuista kilpailijat pystyvät tankkaamaan itseään esimerkiksi kahvilla, virvoitusjuomilla, makkaralla tai muulla syömisellä. Kojut toimivat myös eräänlaisina moottorivetouistelijoiden kohtauspaikkoina. Niiden liepeille on luontevaa kokoontua, olipa maksava asiakas tai sitten ei.

Näitä kokoontumisia kojujen ääriellä tai rantautuneiden veneiden luona voidaan pitää olennaisena, kilpailusta toiseen toistuvana ja yhteisöllisyyttä ylläpitävänä rutiinina, hetkinä, joita odotetaan. Tutkittavan yhteisön jäsenet hakeutuvat

veneiden ympärillä olevien miehistöjen äärille. Tervehdysten ja pienten sanallisten heittojen jälkeen miehistöjen kiinnostuksen kohde alkaa saada verbaalisen muodon. Alkulämmittelyjen, esimerkiksi sää tai Cupin kokonaiskilpailutilanepohdintojen kautta alkavat puheet vähän kerrallaan koskemaan rohkeammin käsillä olevaa kilpailua. Aivan suoraan asiaan meneminen ei ole soveliasta. Veljekunnan jäsenet vaihtavat tietojaan esimerkiksi siitä, miten kenraaliharjoituksissa tai yleisesti (esim. verkoilla) vesistöstä on tullut saalista. Yleensä keskusteluissa pohditaan myös sitä, miten kontekstuaaliset muuttuvat tekijät, kuten sää, vaikuttaa kalojen toiminnallisuuteen ja olinpaikkaan. Kuvan yhdeksän (9.) keskustelijoiden väliset etäisyydet ilmentävät sitä, että kaikki keskustelijat ovat etäisyyden perusvyöhykkeiden näkökulmasta henkilökohtaisella alueella (50–120 cm) (ks. Hakkarainen & Hyvärinen 1999). Kuvan yhdeksän (9.) kolme oikealla seisovaa uistelijaa muodostavat yhden venekunnan. He eivät kosketa toisiaan, mutta he ovat erittäin lähellä toisiaan, jopa intiimillä (50 cm) etäisyydellä (ks. mt. 1999). Kuvan yhdeksän vasemmanpuoleinen uistelija puolestaan on seuraan kuuluvan toisen venekunnan kippari. Hän puhuu oikeanpuoleisen kolmikön kipparin kanssa. Kipparien välillä on pieni välimatka, mutta he ovat silti henkilökohtaisella alueella. Heidän rauhallinen, jäntevä perusasentonsa, kädet vapaasti sivuilla, osoittaa avointa ja vastaanottavaista asennetta. Ainoastaan yhdellä kuvassa olevista uisteliijoista on kädet puuskassa, mutta hänkin on puhujaa kohti kääntynyt. Näin hän ei osoita kiinnostuksen puutteen tai välinpitämättömyyden merkkejä. Kuvan yhdeksän (9.) kaikkien henkilöiden hieman eteenpäin nojautuva asento henkii yhteistyöhalusta ja innosta.



KUVA 9. Veneen äärellä tapahtuvaa venekuntien välistä keskustelua.

Veneiden ääriellä tapahtuvat keskustelut sivuavat myös viehevalintoja, eritoten niitä pyytöjä, joilla kilpailu aloitetaan. Erittäin usein eri venekunnat jättävät vieheiden kiinnittämisen vapoihin viime ”tinkaan”. Uistelijat eivät siis halua liputtaa avoimesti valintojaan kaikille. Tieto kulkee kuitenkin harvojen ja valittujen välillä, esimerkiksi seuran sisällä. Hyttien lymyssä (kuva 10.) on mahdollista näyttää vieheitä veljeskuntalaisille, niin etteivät ylimääräiset silmät näe tai korvat kuule asiaa. Toisinaan tämä tiedonvaihto ylittää seurayhteisön rajat, ja keskustelija käydään myös toisten uisteluseurojen jäsenistöjen kanssa.



KUVA 10. Venekuntien välistä tiedonvaihtoa.

Moottorivetouistelijoiden konkreettisissa kohtaamisissa tapahtuvien keskustelujen ja sanattoman viestinnän ohella he ovat yhteyksissä toisiinsa erilaisten teknisten tuotteiden (esim. puhelin, kannettava tietokone, tabletti) välityksellä. Uistelijat soittelevat esimerkiksi toisissa lähtöpaikoissa oleville kollegoilleen selvittääkseen sieltä lähteviä kisakumppaneita, lähtijöiden lukumäärää tai muita kisakuulumisia. Keskustelujen tauottua uistelijat vetäytyvät venekuntatasolle pohtimaan, onko syytä tehdä muutoksia etukäteen päätettyyn kisan ”aloitussettiin” tai aloittaviin ajolinjoihin.

Kisaorganisaatio järjestää ennen kisan alkua kipparikokouksen, jossa kerrataan tärkeimpiä sääntöjä, esimerkiksi millä alueella on oltava kisan ajan päätyttyä tai minkälaisella signaalilla kisa aloitetaan. Kokouksessa kerrotaan kisaa koskevista uutisista ja mahdollisista muutoksista. Kipparikokouksessa kerrotaan järjestäjien toimesta millaisille alueille, esimerkiksi huonon sään vuoksi, ei suositella mentävän. Uistelevat venekunnat menevät tällaisille alueille järjestäjien näkökulmasta omalla vastuullaan. Kireitä siimoja toivottamalla kisan johtaja lähettää kipparit veneisiinsä odottamaan varsinaista lähtölaukausta.

6.1.2 Kilpailussa: kireitä siimoja vai munat pataan?

Veneet etenevät vieri vieritysten lähes tyhjäkäynnillä eteenpäin tai ne kiertävät kääntösäteeltään pientä ympyrää. Jälkimäinen ympärikäynti tuo mieleeni ravihhevosten volttilähdön. Ravikisojen volttilähdön tapaan myös vetouistelussa pyritään tasoittamaan lähtötilannetta. Kisailijat haluavat mahdollisemman hyvät lähtöasetelmat. Kisan toimitsijat ohjaavat, veneistään käsin, liian innokkaita kisailijoita taaemmaksi muiden kisailijoiden rintamaan. Kisaveneen ohjaaminen on useiden veneiden lomassa taitolaji, sillä oman liikkeen hallinnan ohella pitää huomioida ja arvioida toisten kisailijoiden ajolinjat, yhteentörmäysten välttämiseksi. Rannalta särähtää sumusireeni! Kahdeksantuntinen kilpailupäivä alkaa...

Lappi-Cupissa, ja laajemminkin suomalaisissa vetouistelukisoissa, on tunnistettavissa kolme erilaista lähtötapaa. Näistä ensimmäinen on tapa, jossa varsinainen kalastustoiminta alkaa välittömästi lähtömerkin jälkeen kisavälineiden pyyntikuntoon virittämällä. Tällaisissa kilpailuissa veneen vauhti ei saa ylittää vetonopeutta, ja paikasta toiseen liikutaan uistinta vetäen. Tällainen kilpailukäytäntö kohdistuu tilana lähinnä jokiin, jotka fyysisiltä ulottuvuuksiltaan ovat kapeita ja jannoiltaan ihmisten ja toiminnan ympäröimiä. Kilpaveneiden korkeammat nopeudet ja suuri lukumäärä olisikin jokiympäristössä uhka sekä kilpailijoille että muille vesistössä liikkuville. Toisessa lähtökäytännössä kilpailijoille annetaan niin kutsuttu siirtymäaika tai vapaalähtö, jolloin kilpailijoilla on ennen kilpailun virallista alkuaikaa 30–60 minuuttia aikaa matkata kohti haluttua ja valittua kisa- paikkaa. Kolmannen lähtötavan alkuasetelma on samankaltainen kuin ensin mainitussa: veneet ovat kerääntyneet lähtöalueelle, mutta lähtömerkin jälkeen veneet ampaisevat täyteen vauhtiinsa aikeena saavuttaa kaulaa kanssakilpailijoihin. Se on luonteeltaan veneiden kilpa-ajoa (ks. kuva 11., s. 163). Tällainen menettely on yleistä erityisesti suuremmille ja isoilla moottoreilla varustetuille veneille pienempien ollessa pakotettuja hitaampina tyytymään ohitetuksi tulemiseen – jälkimaininkeihin ja jalkoihin jäämiseen. Toinen ja kolmas lähtötapa kohdistuu tilana järvivesistöihin, joissa on tilaa vauhdikkaaseen etenemiseen ja uistelijoiden tavoittelemat kalapaikat voivat olla pitkän matkan takana.



KUVA 11. Veneiden kilpa-ajoa.

Mahdollisimman nopeasti kulkevan veneen kyyditettävänä oleminen ei ole mutkatonta ja vaivatonta matkantekoa. Osuahan vene edetessään ohikulkeneiden sekä ohikulkevien veneiden nostattamien aaltojen voimaannuttamiin luonnolliisiin aaltoihin. Seuraava narratiivinen ote kilpaa ajavan veneen kyydissä olemisesta.

Kiidämme kohti suunnittelemaamme ottipaikkaa. Edessämme, takanamme sekä sivuillamme möyriävät toisten kisaveneiden moottorit korkeilla kierroksilla. Alumiiniveneemme pomppii aallolta toiselle. Seison haara-asennossa, myötäillesseni aaltoja notkistelen jalkojani ja lasken kehon painopistettä alemmaksi, jolloin polvet jäävät hivenen koukuun. Aaltojen muoto ja nopea tempo eivät kuitenkaan anna mahdollisuutta hakea parempaa ja joustavampaa asentoa. Siten aallon harjojen ja pohjien välisen rohjahtavien ylös-alas-liikkeen aiheuttamat iskut ylittävät mukavuusalueeni ja kipu ilmoittaa itsestään polvissa, ristiselässä sekä hartioissani. Pysyäkseni pystyssä ja ylipäätään veneessä, haen molemmin käsin tukea veneen katteen kaiteesta. Kiinnitän katseeni hieman veneen keulaa edemmäksi, tulevia aaltoja ounastellakseni. Vilisevät rantamaisemat jäävät pian taakse; eteen avautuu aukeama laajasta järven selästä. Rantojen suojan puuttuessa viileä tuuli pääsee puhaltamaan voimakkaammin, osuen kasvoihin ja ujeltaen korvissani – vauhdin tunnetta ei jää puuttumaan. Hymyilyttää...

Tuulesta yltäneet aallot hakkaavat lujemmin veneen laitoja vasten. Osa aiheutuvista tyrskyistä päättyy veneeseen, kastellen veneessä olevia kalastajia. Minusta vasemmalla istuu venettä ohjaava kippari, joka hyörittää ja pyörittää veneen rattia. Hän on taitava lukemaan aaltoja eli ohjaamaan venettä tietyssä kulmassa niihin nähden, tässä tapauksessa vasempaan viistosti. Raju kyyti ei mahdollista keskustelua, jatkammekin sanattomina matkaa. Äkkiä, takaa oikealta ilmestyy iso vene rinnalle ja hujauttaen ohii, yllättäen meidät ”puun takaa”. En kuullut sen tuloa venekunnan aiheuttamalta ja vallitsevalta omalta mekkalalta – huomiokin oli keskittynyt toisaalle. Ohimenevän veneen nostattamat vasta-aallot viskelevät ja

kallistelevat meitä, kipparin toimista huolimatta, hetken aikaa hallitsemattomasti puolelta toiselle. Tuntuu kuin vene kaatuisi, on vaikeaa pitää tasapainoa, kaadun...

Ote veneiden kilpa-ajosta ilmentää veneen vesillelaskun tavoin tuntoaistien eri muotojen sekä muiden aistien kiinnittymisiä ja yhteenkietoutumisia. Esimerkiksi kaiteesta kiinnipitämisessä ja kannella seisomisessa voidaan tunnistaa kurottuvaa kosketusta, jossa käsien ja jalkojen kautta olemme yhteydessä ulkomaailmaan. Tässä tapauksessa vesistöissä olevaan ja siinä etenevään veneeseen. Esimerkiksi jalkojen sekä kannen välisen yhteyden ja kosketuksen avulla näemme audiovisuaalisesti kohdattavia sekä tulevia aaltoja. Molempien raajojen kosketuksien sekä erilaisten asentojen (esim. koukistetut polvet) tarkoituksena on auttaa, muun muassa tasapaino- ja liikeaisteihin kuuluvilla osioilla (esim. nivelaisti, lihasaisti), yhteensovittamaan kalastajan kehon liikkeitä toisiinsa sekä muuttuviin tilanteisiin ja olosuhteisiin sopiviksi. Uisteliija pyrkii sopeutumaan hetkeen, esimerkiksi tilanteessa, jossa aallot vievät venettä sekä sen liikuttamaa ja siinä liikkuvaa kehoa tiedostamattomasti vasempaan. Veneessä oleva uisteliija pyrkii tietoisesti pysäyttämään liikettä kaiteesta kiinni pitämällä. Hän voi myös yrittää korjata liikutehtun ruumiin asentoa vastaliikkeillä, kuten jalkojen asentoja muuttavilla askeleilla, ja suuntaamaan kehoa oikeaan. Tiedostettuihin ja tiedostamattomiin liikkeisiin yhdistyvät näköhavainnot vaikkapa toisista veneistä sekä niiden liikkeistä. Niin ikään kohdistuessa katsetta eteenpäin johonkin asiaan (esim. tuleviin aaltoihin) näköhavainnot yhdistyvät kuulohavaintoihin, avittaen näin yhteistoimintaa tasapainoainin kanssa. Passiivisten suojatuntojen kautta välittyvät kivun tunnot tai kylmän kosketukset voivat ilmentää käytännön työteliästä, koettelevaa luonnetta sekä vauhdin ja liikkuvuuden mielihyvää – ollen siten yhtä aikaa epämiellyttävää ja miellyttävää. Etenevästä veneestä nähdyt ohimenevät maisemat poikeavat auton tai junan ikkunasta nähdystä havainnoista. Veneessä koetut hetket ovat enemmän läsnä, aivan iholla. Kuitenkin veneestä havaittu liikkumaton tausta kertoo katsojalleen liikkeen tapahtumisesta sekä vauhdista, johon on helppo turtua, koska liike ei ole kinesteettisesti tavoitettavissa (ks. Parviainen 2006).

Taitavan veneen ohjaaja aistii veneen luonnetta. Hän huomio merimerkkejä ja muita vesistön käyttäjiä sekä vallitsevia aalto-olosuhteita. Kaikuluotaimen tarjoaman informaation avulla hän muodostaa ymmärrystä vedenpohjasta. Sujuva veneen ohjaaminen kilpailutilanteessa, monien veneiden sekä suurien aaltojen seassa, edellyttää asiantuntijuutta – tietämistä miten (ks. Shove & Pantzar 2005). Pätevä veneen ohjaaja kykenee valitsemaan eri vaihtoehtoista parhaimman tavan toimia, ilman tietoista vaihtoehtojen vertailemista. Hänen ei tarvitse pohtia aituisesti sääntöjä eikä oppeja, osaamattomien tapaan. Ne eivät myöskään kahlitse osaavaa. Asiantuntija on yhtä veneen kanssa – hän ei koe olevansa vain veneensä ohjaaja. Hän on osa sen liikettä. (Ks. Dreyfus & Dreyfus 1986; Merleau-Ponty 2000; Parviainen 2006.) Narratiivinen ote ilmentää myös tuotteiden avulla tapahtuvaa laajennettua aistillista kosketusta. Esimer-

kiksi kelluntapuvulla on monta aistillista tehtävää. Se kykenee auttamaan veden varaan joutunutta kalastajaa tasapainottamaan kehoaan – pysymään pinnalla. Puvun kirkkaat värit toimivat merkkiä valon tavoin, ilmaisemaan vedessä olevan sijaintia toisille ihmisille. Kelluntapuku myös suojaa pitäjäänsä vesiroiskeilta ja vesisateelta. Niin ikään kelluntapuku lämmittää kalastavaa kehoa, turruttaen kylmyyttä aistivaa ihoa.

Otteesta ilmituleva kaatuminen ilmentää puolestaan kehon tasapainoiluliikkeiden hallinnan epäonnistumista. Veneen kuljettaman kehon orkestrointia ja liikettä voidaan pitää vesillelaskun vastaavaa liikettä alisteisempana. Tarkoitin tällä sitä, että vaikka molempien tapojen keskiössä on tasapainoaisti, eroavat ne luonteeltaan toisistaan. Vesillelaskussa kehon liikkeellä on aktiivinen suuntaus, sillä se pyrkii omilla liikkeillään etenemään veneeseen. Kalastuspaikalle etenevällä keholla, varsinkin ei-ohjaavalla, liikkeiden tarkoitus on passiivisempi. Niiden avulla pyritään matkan ajan pysymään pystyssä ja ennen kaikkea veneessä.

Toisen ja kolmannen lähtötavan mukaiseen starttiin osallistuvien kilpailijoiden saavuttua suunniteltuun päämääräänsä ryhtyvät miehistöt virittämään kalastusvälineitä – laittamaan vehkeitä vesille (kuva 12.). Samaan toimintaan, johon ensimmäisen lähtötavan mukaisesti kisaavat ryhtyvät heti lähtökäskyn jälkeen.



KUVA 12. Vehkeet vesille.

Tarkoituksena on saada välineet mahdollisimman nopeasti ja tehokkaasti halutuille asetuksille, esimerkiksi takilat tiettyihin syvyyksiin. Tavanomainen tapahtumajärjestys on virittää ensiksi veneen takilat. Seuraavaksi ote takiloiden virittämisestä:

Minun tehtävänä on hoitaa veneemme kolmea muuta takilaa. Asetan vaapun siiman päässä olevaan lukkoleikariin ja laitan sen vavan avulla veteen ja tarkistan sen uinnin. Vedän kelasta ulos siimaa noin 25 metriä ja asetan vavan hetkeksi vapatelineeseen. Seuraavaksi nostan mahdollisimman nopeasti takilan 1,22 cm pitkän puomin ja 4,6 kg painavan lyijypainon ylös ja kiinnitän vapatelineessä olevan vavan siiman takilan painossa olevaan siimanlaukaisimeen. Lasken puo-

min ja painon vaaka-asentoon veneen sivulle. Tarkistan hyrräkelan kalastusjarrun löysyyden vetämällä siimaa ulos kelasta ja alan laskea painoa kiertämällä kampea vapautusasentoon. Vasemmassa kädessäni on pyöräilijän hansikas, jonka avulla hidastan takilan puolan pyörintää. Aikojen saatossa sen on kulunut puhki, joten tunnen kuumoitusta kämmenessä puolan pyöriessä ja laskiessa painoa alaspäin.

Asetan takilan painon, syvyysmittarin ja kaikuluotaimen avulla, puoli metriä pohjan yläpuolelle. Takilan teräsвайjeri alkaa ujeltamaan vetovastuksesta johtuen. Kiristän seuraavaksi takilavavan siimaa hyrräkelan kampea kääntämällä. Kiristymisestä johtuen takilavapa jännittyy kaarelle ja sen herkkä kärkiosan liike ilmoittaa mahdollisista tarpeista tai pohjakosketuksista. Ensimmäinen on nyt valmis...

Kilpailuveneessä on tavanomaisesti kahdesta neljään veneeseen kiinnitettyä apuvälinettä. Kalastustaktiikasta riippuen takilat voidaan laskea manuaalisesti tai sähköisesti vesistön pohjan tuntumaan tai niin kutsuttuun väliveteen, eli kerrostuneen veden eri vesimassojen väliseen vaihtumisvyöhykkeeseen. Mikäli veneessä on useita takiloita, uistelijat voivat myös porrastaa niitä eri syvyyksille ja rakentaa siten pyytöjen muodostelmia, takilakuvioita. Takilan pyyntikuntoon virittämisessä uistelijä laskee vieheen veteen ja tarkistaa sen uintia sekä tekee tarvittaessa korjauksia siihen. Uistelijan silmissä mielekkäästi uivalle vieheelle annetaan seuraavaksi löysää, eli uistelijä laskee siimaa ulos kelalta, haluamansa vapautuspituuden¹¹ verran. Tämän jälkeen hän kiinnittää siiman siimanirrottimella (pyykkipoikaperiaatteella) takilapainoon tai takilakaapeliin, näin se on valmis laskettavaksi haluttuun syvyyteen. Takiloiden virittämisen jälkeen, ja kilpailun sääntöjen niin salliessa, on vuorossa plaanarien¹² toimintakuntoon saattaminen (kuva 13., s. 167).

11. Vapautuspituus määrittää sen, kuinka etäälle siiman päässä oleva viehe halutaan laskea uimaan.

12. Plaanari on vetouisteluväline, eräänlainen kelkka, jolla uistimet voidaan levittää pyytämään veneen sivuille. Plaanarivälineistöön lukeutuu veneen kummallekin puolelle kiinnitetyistä plaanarikeloista, joilla lasketaan manuaalisesti tai sähköisesti, plaanarinarun päässä oleva kelkkaa ulommaksi tai sitä sisäänkelataan lähemmäksi venettä. Plaanarivälineistöön kuuluu tavallisesti myös niin kutsuttu targa, itsenäinen avoveneen laitakaiteisiin tai veneen katolle asennettu vapaputkiteline. Vapaputkien määrä vaihtelee useimmiten 8–12 välillä.



KUVA 13. Plaanarikalusto toimintakunnossa.

Veneen targatelineessä on tavanomaisesti parillinen määrä vapaputkia ja niissä olevia vapoja. Tavanomaisesti takilaan viritettävät vavat jaetaan venekunnassa puoliksi veneen vasemmasta ja oikeasta puoliskosta vastaavien kalastajien kesken. Siimasotkujen välttämiseksi plaanarien viritystehtävä alkaa vasemmalta tai oikealta puolelta katsottuna targatelineen keskimmäisestä vavasta. Tässä prosessissa uistelija alkaa vapa kerrallaan etenemään kohti oman puoliskon laitimaista vapaa. Viritystehtävässä uistelija laskee, targatelineestä ottamastaan vavan kelasta, ulos tietyn verran vapautuspituutta. Tämän jälkeen hän kiinnittää laskettavaan siiman vetouistelupainon, jonka tarkoituksena on viedä viehettä syvemmälle. Uloslaskettavan siiman ollessa riittävän kaukana, on aika päättää siiman lasku. Vapaa pitelevä uistelija kiinnittää kalastussiiman plaanarin siimanlaukaisijan etuosan pihtimäiseen ja puristavaan kitaan. Seuraavaksi uistelija lukitsee siimanlaukaisijan ellipsimäisen takaosan sangan, jolloin plaanarin run ympärille muodostuu ympyrämäinen tai suikula rakenne. Pihtimäisen laukaisijan puristus estää toiminassaan yhtäältä siiman varsinaisen vetopituuden kasvamisen. Toisaalta antamalla uutta löysää siimaa kelasta uistelija saa laukaisijakokonaisuuden liukumaan plaanarin runua pitkin kohti kelkkaa. Näin ensimmäinen viritettävä vapa vieheineen asettuu uloimmaksi ja lähelle plaanarikelkkaa.

Virityksessä vapojen painotus ja vapautuspituus porrastetaan niin, että lähimpänä kelkkaa oleva viehe ui matalimpana kuin muut pyyntiin asetettavat, sen vapautuspituus on kuitenkin kaikista pisin. Näin se sijoittuu venestä jopa 50 metriä etäämmäksi. Lähempänä venettä olevien siimojen uintisyvyyttä kasvatetaan painojen kokoluokkaa lisäämällä. Samanaikaisesti vapautuspituutta lyhennetään siten, että jokainen siiman vapautuspituus on edeltäjäänsä lyhyempi. Tällöin kalan iskiessä uloimpaan vieheeseen siima irtaa laukaisemasta ja se voidaan uittaa muiden vieheiden ohi veneen perään haavittavaksi. Eri pituiseksi porrastetut vapautuspituudet ehkäisevät siimojen sotkeutumista, siimasoppia. Kevyellä painotuksella ja pitkällä siimalla voidaan pyrkiä myös minimoimaan pohjakosketuksien uhkaa. Plaanarikelkkojen vetämillä siimoilla uistelijat kykenevät koluamaan

rantamatalia, niin ettei veneen turvallisuus ole uhattuna. Kauempana veneestä olevat kalastussiimat voivat houkutella myös arempaa kalaa iskemään vieheeseen.

Houkuteltavan kalan ensimmäistä kosketusta edeltää usein, niin yksittäistä kilpauistelijaa kuin koko miehistöäkin, koetteleva odottamisen toimi. Odottamisen, tuon mitään tekemättömyyden, ajallinen jänne vaihtelee hissikyödyn kaltaisesta kestollisesti lyhyestä hetkestä jopa elämänkaaren mittaiseen, loputtomaan odotukseen (Ehn & Löfgren 2010). Hyvänä kalapäivänä odotuksen aika ei ole pitkä, kala käy pian kiinni tarjottuihin pyytöihin. Epäsuotuisaa kalaonnea kantavalle miehistölle ensimmäinen kalan tarttuva kosketus antaa odottella itseään. Tämä odotus ei taitaville kalastajille todennäköisesti ole loppumaton, mutta kilpailun loppuun asti se voi yltyä. Toteutunut saaliittomuus on yksi kilpauistelijan pahimmista peloista, veljeskunnan edessä tapahtuva kalamiehen totaalinen epäonnistuminen. Häpeän hetkeä ilmentää kalastuskulttuurinen monisisältöinen ”munat pataan” kielikuva, joka ilmentää kalaruoan puutetta. Sen merkitys viittaa kuitenkin ennen kaikkea miehisyyteen – saamattomuuteen. Kielikuva voidaan esittää kalastajalta toiselle kysymyksenä tai anteeksipyytävänä tunnustuksena ”meni munat pataan”, jonka jälkeen asia on useimmiten loppuun käsitelty. Niin ikään ensimmäisen saaliskalan myötä kalan syönti voi hiipua, vieläpä lakata kokonaan, käynnistäen uuden ikuisuudelta tuntuvan odotusprosessin.

Uistelukilpailun *odotuksen koreografiaan* sisältyy ”tehdä jotain” -periaate. Uistelijat pyrkivät omilla ratkaisulla, kuten kokeilemalla uusia pyyntisyvyys- tai vaihtamalla vedessä olevia pyyjiä uusiin, saada odotuksen päättymään. Takiloiden pyyntitapojen vaihtelut ovat plaanarissa olevien vieheiden tai painotuksien muuntelua helpompaa. Plaanarien vaihtotehtävä edellyttää joko kaikkien vieheiden yhtäaikaista vaihtoa tai useita monimutkaisia siirto- ja korvaustoimia. Plaanareissa kiinni olevia pyyjiä vaihdetaankin harvemmin kuin takilassa olevia. Vieheiden vaihtamisen työteliäisyyden lisäksi moottorivetouistelijoiden tuskaa lisää tieto siitä, että vieheiden lähtökokoonpanoon on valittu tavallisesti ne parhaat vieheet, luotetut ottipelit. Vaihto-operaatio pakottaa uistelijoihin kysymään itseltään – miksi on perustelua vaihtaa huonompaan? Auttaako edes vaihtaminen? Voiko olla vain niin, että uistelun taidot eivät ole riittäviä?

Kilpailun aikaisia toimia, kuten ruokailemista, wc-käyntejä tai nokkaunia (kuva 14., s. 169), voidaan pitää itsenäisinä toimintoina. Toisaalta niitä voidaan pitää käytäntöteoreettisen yleisymmärryksen ilmentyminä. Nämä toimet eivät liity suoranaisesti kalastamiseen, niiden kautta voidaan kuitenkin muodostaa yhteisöllisyyttä sekä ylläpitää käytäntöä. Esimerkiksi ruokien tai juomien nautiskelu yhtäältä huoltaa moottorivetouistelijoiden toimintakykyisyyttä, toisaalta näihin toimintoihin liittyy myös yhteisöllisyyttä muovaamia elementtejä. Ruokaa voidaan valmistaa yhdessä esimerkiksi erilaisten lämmittimien avulla, niitä voidaan myös nauttia vierieretysten, keskustelua käyden. Ruokailuun liittyvät maljan nostot tai yhteiset kahvitauot ovat riittimäisiä toimintoja – henkireikiä.



KUVA 14. Kilpailun aikaista toimintakykyisyyden ylläpitoa.

Power-napit, voimaannuttavat lyhyet nokkaunet, ovat edellä läpikäytyjä sosiaalisia toimintoja henkilökohtaisempia. Niille pyydetään ja annetaan rauhaa. Arkaluontoisemmat wc-käynnit toteutetaan, ainakin pienemmissä veneissä, usein itse valmistetuissa pikakäymälöissä. Vetouistelukontekstissa näihin toimiin nivoutuu yhteisöllisiä piirteitä, esimerkiksi luottamuksen näkökulmasta. Käymäläkäynnit tehdään veneiden niukoista liikkumatiloista johtuen toisten edessä ja toisten silmien alla. Tämä edellyttää jaettua ymmärrystä wc-käyntien hyväksyttävyydestä ja tarpeellisuudesta. Teot vaativat myös luottamusta toisiin, tarpeitaan tekevä odottaa veneen kulun vakautta tai takuuta omien kalastusvälineiden huolehtimisesta. Valvetilasta uneen vaiuva uisteliija antaa puolestaan vastuun omasta turvallisuudestaan ja kalastustehtävistään toisille miehistön jäsenille. Nukkuminen voi olla myös paljon muutakin kuin vain elvyttävää ruumiin lepoa, se voi olla myös kilpailukäytäntöä edistävää uneksemista, liminaalia, jossa käsitellään tulevia kalastuskäytännön toimia.

Ruokailemista, wc-käyntejä tai nokkaunia voidaan pitää itsenäisien tehtävien ja käytäntöteoreettisen yleisymmärryksen ohella naamiointitehtävinä. Tällöin esimerkiksi ruokailemisen kaltaista tehtävää voidaan pitää miehistön saaliin odottamisen tuskaa kätkeväna lumetoimena. Toimien lumemaista luonnetta ilmentävät esimerkiksi erilaiset ruokailuun liittyvät uistelukulttuuriset sanonnat, kuten ”jos ei kerran kala ole syönnillä, niin me syödään”. Hirtehisen huumorin avulla tarjoutuvat hetkelliset unohduksen, tai ainakin helpotuksen hetket, antavat apua mahdolliseen ahdinkoon, onhan saalista odottavan aika pitkä.

Kilpailun ja siinä menestymisen tavoitteena on saavuttaa kalaa. Kilpailijoista on työntäyteisistä kalastamisen toimista johtuen erittäin turhauttavaa epäonnistua pyynnissä, ovathan kilpailijat tietoisia rajatun kilpailuajan kulumisesta. Kala-saalin arvostaminen ja saalittomuuden pelko kannustavat kokeneita, osaavia ja sitoutuneita vetouistelun veljeskunnan jäseniä kestäämään odotusta ja yrittämään yhä uudeleen. Kuitenkin hermostuneessa odottamisen ”joko nyt se iskee” -tilassa vellominen ei tarjoa välttämättä väylää rauhoittumiseen. Ylenpalttinen epävarmuuden koettelemus saattaakin johtaa viretilan alenemiseen – kyllästymiseen (Ehn & Löfgren 2010; Maister 1985).

Odottamisen tilaan kohdentuvasta pysähtyneestä kuvasta (kuva 15.) voidaan todeta kahden uistelijan istuvan kilpailuveneen takatuhdolla liikkumatta.



KUVA 15. Odotuksen makua.

Heidän kehon kielensä ei ilmennä aktiivista käsien liikuttamista, ne ovat uistelijan tai niillä nojataan kaiteeseen. Kehon hartiat lysisssä -asento voi puolestaan ilmentää alistumista olosuhteiden pakottamiin taukoihin, tilanteeseen, jossa menetetään arvokasta aikaa. Käytännön rutiinien tuottamaa mahdollisuutta suunnata huomiota ja toimintaa muualle ja laajemmalle ei jakseta enää hyödyntää (ks. Ehn & Löfgren 2010). Miehet ovat proksemaattisesti hyvin lähellä toisiaan, silti he vaikuttavat olevan etäällä toisistaan. Apaattisissa tunnelmissa vältellään myös katse- tai puhekontaktia. Kuvasta ei siis selkeästi havaitse Maisterin (1985) mukaista yhdessä odottamisen helpotusta.

Seisomisen ja välineiden käsittelyn sijaan uistelijat tyytyvät seuraamaan vain katseellaan oman puolensa kalastusvälineitä. Toimettomuus on tehnyt uisteli-joista eräänlaisia vapaaherroja, tai pikemminkin uistelun joutomiehiä. Kalastajien kasvoista voi tehdä tulkintoja siitä, että tässä tilassa oleilu ei ole ongelmattonta tai miellyttävää, liekö ajatuskin karkuteillä? Vaikkapa etäisissä kalaunelmissa? Tämän tilan itsekkin kohdanneena olen tietoinen sen ristiriitaisista asetelmista. Kilpailevat vetouistelijat ovat yhtäältä vapaana esimerkiksi työelämästä ja arjen rutiineista, toisaalta he ovat kiinni kilpailukäytännön hyvässä tai kehnossa suorituksessa, jossa toimettomuuden keveys oireilee jälkimmäisestä. Erilaisten kalastustoimien toteuttamisen näkökulmista saaliin odottamista voidaan pitää kohtuuttomana ja epäoikeudenmukaisena (ks. Maister 1985). Voikin olla niin, että uistelija tuntee, ettei hänen teoilla ole lopultakaan merkitystä tai painoarvoa. Ajatus toimien turhanpäiväisyydestä, omasta voimattomuudesta, konstruoi odottavan olemisen sie-tämättömän raskauden.

Odottamisen olennaisuudesta huolimatta ei pidä tehdä sitä johtopäätöstä, että kilpailussa oleminen on toimintana vain ajan kuluttamista. Esimerkiksi vuoden 2011 Lappi-Cupin Porttipahta-osakilpailun onnistuneimman suorituksen teh-

neen miehistön saaliin yhteispaino kahdeksantuntisessa kilpailussa oli 98,90 kiloa. Tasaisen jakauman mukaisesti tämä tarkoittaisi 12,36 kiloa kalaa tuntia kohti; jokaiseen kymmeneen minuuttiin veneeseen nousi kaksi kalaa. Luonnollisesti tällainen logiikka ei päde todellisuudessa, vaan kisaan sisältyy myös odottamisen jaksoja, mikä merkitsee toisiin ajankohtiin siirtyviä, hektisempiä toiminnan hetkiä. Kalan käytyä kiinni vedessä olevaan vieheeseen, sen veneeseen saamisen kannalta oleellisia toimia ovat kalan väsyttäminen ja sen haavitseminen. Seuraavaksi ote kalan nappaamisesta ja sen väsytyksestä.

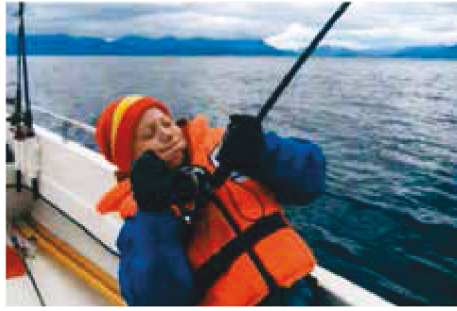
Kuulen räikän pärisevän ylhäällä targatelineen vasemmalla puoliskolla. Suuntaan katseeni neljän vavan kärkiin, kas keskimmäisen kärki nyökkäilee, vilkaisen pikaisesti plaanarinaruun varmistaakseni sen, että siima on irronnut uloimmaisesta vapauttimesta. Kurotan kättäni ylettyäkseni vapaan. Kysyn samalla isältäni "kuinka syvää?". Saan vastauksen "Viisi metriä". Saan vavan käsiini ja käännyn ympäri. Eteeni aukenee näkymä veneen taakse. Samanaikaisesti keskelen tietojani: "Siimassa on 20 gramman puntti ja vaikka siinä on pisin vapautuspituus, sen ei pitäisi järjen mukaan olla pohjassa". Jos se on nyt kala, sen pitäisi olla myös mittakala. Pääsihän se irti omalla pyristelyllään, varsin tiukkaan puristukseen asettamastani siimanvapauttimesta. Kalan omaehtoisen irrottautumisen vuoksi en joutunut irrottamaan siimaa vapaa nykimällä. Välttyn siten siimasopalta, keskenään sekoittuneista siimoista. Pyöritän hyrräkelan kampea lyhyesti eteenpäin, jolloin siiman vapautin loksahdus pois päältä ja siima lakkaa purkautumasta vapaasti kelasta. Olen asettanut kalastusjarrun riittävän löysälle, näin kelasta vapautuu siimaa, sopeutuen kalan riuhtoviin voimannäytöksiin. Käsituntumalta liu'utan kelan kyljessä olevaa kytkintä, näin saan räikän pois päältä – äänestä hälytintä ei enää tarvita. Asetan vavan kahvan vasemman käden ja kyljen väliin nostaen sen yläviistoon noin 45°asteen kulmaan. Kelaan sisään muutamia metrejä siimaa kunnes se kiristyy. Ottamalla näin "tyhjät pois" kykenen tuntemaan, siiman ja vavan kautta tulevien värähdyksien kautta, mahdollisia elonmerkkejä siiman päässä olevasta tai elottomasta. Jep, kalahan siellä on. Jatkan kelaamista. Tekemiseni keskeytyy, sillä siimaa lähtee virtamaan ulospäin, veto suuntautuu minusta nähden oikealle. Vapa taipuu ja tuntuu, se lentää miltei käsistä, siimakin kiristyy uhkaavisti. "Hiljennä vauhtia", huudahdan isälle. Isäni hiljentäessä veneen vauhtia, kalan veto pysähtyy. Yritän kelata siimaa takaisin puolallalle, mutta se ei tunnu onnistuvan. Se täytyy olla iso. "Rauballisesti nyt, hätä on toisessa päässä siimaa, ei täällä!!!" vakuuttele itselleni...

Kalan väsyttäjä pyrkii mahdollisimman pian saamaan käsiinsä vavan ja ottamaan tilanteen haltuunsa. Takilaan tai plaanaariin perustavassa pyyntimuodoissa ei ole mahdollista etukäteen nähdä, onko siiman päässä esimerkiksi pohja vai kala. Uistelija yrittää nähdä käsiensä ja tuntoaistinsa avulla. Hän

tunnustelea vavan ja siiman kautta, eläkö siiman päässä oleva viehe? Mikäli viehe on tarttunut lujasti pohjaan tai kiveen, siiman kautta tuntee vain tiukkaa staattista vetoa. Tuntoaistimuksien ohella kalastaja saa kaikuluotaimen avulla informaatiota veden syyydestä. Tätä tietoa voidaan verrata oletettuun tietoon vieheen uintisyvyydestä. Kun siimassa on kiinni kala, kalastaja tuntee käsillään sen eräänlaisena jumputuksena sekä tempoilevana vienteinä eri suuntiin. Kalan käyttäytymisestä voi tehdä jalostuneita arvauksia sen koosta tai jopa lajityypistä. Tiedon hankkimiseksi siimaa on kiristettävä – löysän siiman kautta ei välity värähtelyjä, eikä siten tietoaakaan. Siiman kiristäminen on oleellista myös sen vuoksi, että kireämmällä siimalla kyetään manageroimaan kalan liikettä ja estämään sen tiettyjä karkaamistekniikoita. Siiman tehtävänä on toimia siis eräänlaisena ”liekana”.

Tiedon tuotannossa ja väsytyksessä välineillä on väliä. Esimerkiksi paksumpi siimaa tarjoaa pienempää katkeamisriskiä, mutta se on tunnottomampi kuin ohuempi siima. Kalastuskelat tarjoavat erilaisia siimatilavuuksia, pelivaraa uisteliijoille. Kalastuskelat tarjoavat myös erilaisia ominaisuuksia, kuten sisäänkelautuvan siiman pituuksia. Uisteluvavan jousto-ominaisuuksia hyödyntämällä kala itse väsyttää itsensä. Vetouistelijan on opittava tuntemaan välineistönsä luonnetta ja toimintakykyä, jotta hän voi niiden kautta nähdä näkemätöntä ja toimia rutinoituneesti.

Seuraava kuva (kuva 16., s. 173) ilmentää väsyttämisen kehollista toimintaa. Nuori kalastajanalku käyttää omaa kehonsa vartta vipuna, pumpatessaan pohjalla jurottavaa kalaa veden syvyyksistä kohti pintaa. Pumpausliikkeessä seisotaan telemarkmaisessa haara-asennossa, tukijalka hieman edessä. Toinen jalka on taaempana ja hivenen koukistettuna. Pumpatessaan kalastaja nojautuu kehollaan, ennen kaikkea selällään, voimakkaasti taaksepäin. Näin ylös nostettu vapa asetuu miltei 90° asteen kulmaan. Tällöin hengitetään keuhkot täyteen ilmaa. Tätä seuraavassa liikesarjassa kalastaja nojautuu eteenpäin syvään kumartuen, jolloin vapa seuraa kehon liikettä asettuen vaakasuoraan (miltei 180° asteen tasolle). Tämän toimen ideana on se, että pumpatessaan vapaa lakikorkeuteensa, kalastaja saa nykäistyä siimaa vavan mitan verran ylös. Kalastajan kumartaessa ylössaatu siima muuttuu löysäksi, ja sitä voidaan kelata uudestaan sisään. Näin kala saadaan metri metriltä lähemmäksi.



KUVA 16. Kalan väsyttäjä toimestaan.

Pojan kasvoilta heijastuu toimenpiteen koettelevuus. Helppo sunnuntaikalastus on tästä kaukana. Merkille pantavaa on se, että pojan silmät ovat ummistetut. Pumpaamisessa etusijalla ovatkin liike, oikea ajoitus sekä tuntoaistien eri muodot.

Vaikka kalan käsittelyssä korostuukin voima, ei kalan väsytyks suinkaan ole pelkästään raakaa pakottamista. Liiallisen voimankäytön, vaikkapa nopean suoran kelausnopeuden johdosta tapahtuu usein karkuutuksia. Liiallinen ”paineen antaminen” riehaannuttaa kalan. Se aloittaa irrottautumista edesauttavan maneerin – sätkimisen. Varsinkin kookkaampien, merkityksellisten, kalojen kohdalla pyritään olemaan maltillisia. Tätä kuvastaa hyvin narratiivisen otteen ohjenuora *”rauhallisesti nyt, hätä on toisessa päässä siimaa, ei täällä”*. Tällaisissa tilanteissa uistelija pyrkii mukautumaan oman kehon ja tarpeiston avulla vastaan pyristelevän kalan liikkeisiin, joissa ei-inhimillinen toimija vaihtaa suuntaa ja syvyyttä. Kala etsii toimiltaan sellaista kulmaa, jossa se kykenisi irtautumaan vieheen koukuista. Väsyttäjän päämääränä on ohjata määrätietoisesti kalaa kohti venettä ja vapaata haavitsemistilaa. Niin tehdessään hän pyrkii ennakoimaan ja vastaamaan vastapuolen toimintaan eri tekniikoilla, kuten antamalla löysää siimaa tai siimaa kiristämällä tai kelausnopeutta ja vavan asentoja vaihtamalla. Väsytyksen loppupuolella kelausnopeutta hidastetaan ja vavan kärkeä lasketaan aavistuksen alaspäin, ettei synny karkaamisen mahdollistavaa liian suurta kulmaa. Kalan ollessa riittävän väsynyt ja lähellä venettä alkavat haavitsemiseen liittyvät toiminnot. Seuraavaksi narratiivinen ote haavimisesta.

Muutamien uusien karkuutusyrityksien jälkeen kala joutuu antamaan periksi ja saan kelattua siimaa sekä kalaa lähemmäksi. Urhoollisesti vastaanpannut kala alkaa näytellä kylkeään. ”Alkaa mokoma olla valmis” tuumin ja sanon sen myös ääneen, ja laitan räikän päälle. Isäni, haavimies, kiirehtii tönien ohitseni hyttiin noutamaan haavia. Menetän hetkellisesti tasapainoni ja miltei putoan veneestä. Toinen tönäisy, mutta tällä kertaa osujana on hytistä palaavaan isäni kädessään pitämä jatkovartisen haavin kehä. Hän astuu ohitseni ja rupeaa kokoamaan vartta täyteen pituutensa ollakseen valmis haavitsemiseen.

Otan peruuttavia askeleita taaksepäin niin pitkälle kuin tila sallii, kelaten hitaasti siimaa sisään. Viimein selkäni osuu veneen hytin laitaan, pidemmälle ei enää pääse. Asetan 210 cm pitkän vapani hivenen alaspäin ja oikealle sivulle osoittaen. Näin kykenen hyödyntämään sen väsyttävää joustavuutta sekä vähentämään kalan intoa hyppiä viime metreillä. Vavan lyhyys ja liikkumatilan vähyys tekee kalan saamisen haavitsemisetaisyydelle hivenen ongelmalliseksi. Kurotan vapaa mahdollisimman pitkälle sivulle ja saan kalan tulemaan jo veneen perän lähelle. "Alanostolla", isäni sanoo. Hän työntää haavin renkaan havaksineen veden alle, jonka päälle minun tulee kalaa uittaa. Näen isän jännittävän käsiään ja alkavan nostamaan haavia. Samassa kala lähteekin uimaan ja haavitseminen meni ohi, vain haavin reuna osuu kalan kylkeen, ärsyttäen sen. Räikän pärinän tahdittamana kala spurttaa nopeasti venettä kohti ja sukeltaa syvemmälle, löysyttäen siiman. Kelaan siimaa, se tuntuu nyt kevyeltä, aivan kuin sen päässä oleva kala olisi onnistunut irrottamaan itsensä.

Kala pysyy kuitenkin kiinni. Tämä tietää uutta väsytystä, mutta olen hyvin tyytyväinen tarjoutuneesta uudesta mahdollisuudesta. Pian saan kalan uudelleen "hollille". "Yritetään tällä kertaa takaapäin", isäni sanoo vähän jännittyneeseen sävyyn. Tiedän tämän tarkoittavan sitä, että haavitsija asettaa tällöin haavin renkaan kalan pyrstön taakse puoliksi veden pinnan päälle ja puoliksi sen alle. Tämän tavan etuna on se, ettei kala näe haavia eikä sen havas takerru siiman tai vieheen koukkuihin niin helposti. Isäni asettaa toisen jalkansa perätuhdolle päästääkseen lähemmäksi. Näin tehdessään hänen selkänsä tulee myös eteeni siten, etten näe mitään kalasta tai tulevasta haavitsemisesta. Kuulen loiskahduksen ja isäni äänen "Hauki haavissa". Isäni "pakittaa" ja kääntyy tuodakseen haavissa olevan kalan veden varasta veneen turvaan. Kääntöliikkeestä johtuen haavin märkä havas osuu naamaani ja pärskäyttää myös hauen limaa kasvoilleni. Isäni laskee haavissa pyristelevän kalan veneen pohjalle ja ojentaa kättään tarttuakseen siihen. Pidän toisella kädellä vavasta kiinni ja ojennan toisella nuijan isäni käteen. Nuijan kopsahtaessa kalan pistävä tuoksu täyttää veneen. Ei haittaa...

Haavitsemisvaiheessa näköaisti kietoutuu yhteen muun muassa tuntoaistin eri osioiden kanssa. Ellei kala ole aiemmin ilmaissut itseään hyppimällä, niin visuaalinen varmistus kalan lajityypistä ja koosta saadaan vasta tässä vaiheessa. Visuaalisuus ei haavitsemisessä ole kuitenkaan ehdottoman luotettava, sillä vesi elementtinä tarjoaa optisten näköharhojen mahdollisuuksia. Esimerkiksi veneestä katsottuna, erityisesti kirkkaassa vedessä, kala (tai pohja) näyttää olevan todellista lähempänä ja ylempänä. Niin ikään kalan vastaan panevat liikkeet vedessä eivät välttämättä mahdollista jatkuvaa katsekontaktia saalistettavaan. Esimerkiksi moottoriveneen läheisyys saa kalan usein pyristelemään viimeisiin karkuutusyrityksiin, tavanomaisesti sukeltamaan syvemmälle vesistön uumeniin.

Tällöin katse onkin siirrettävä siiman ja käden tuntoihin. Väsyttäjä voi koettaa tehdä päätelmiä kalan jäljellä olevista voimista kalan ulos vetämisen määrän

tai sisään kelaamisen vaikeuden perusteella. Tavanomaisesti väsyttäjää kommunikoi havainnoistaan haavimiehelle. Hyrräkelan räikän pärähtelyn voimakkuus antaa myös merkkejä kalan koosta ja tapahtumien nopeudesta koko miehistölle. Narratiivisen otteen kuvaus onnistuneen haavitsemistapahtuman loppuvaiheista kiteyttää kilpailukäytännön aistillisuudesta: aistien yhtäaikaisuudesta, yhteen kietoutumisesta ja aistijonomuodostelmista. Väsyttäjää seisoo ja pyrkii pysymään tasapainossa sekä katseen, käsien ja vavan orkestroinnilla pitämään kalaa aloillaan. Haavitsijan toiminnan vuoksi väsyttäjää menettää visuaaliseen yhteyden kalaan. Hän näkee vain toisen uistelijan selän. Väsyttäjää kuulee haavitsemiseen liittyvän loiskahduksen ja tuntee pian sitä seuraavan havaksen ja kalan liman kosketuksen. Lopuksi väsyttäjää näkee ja kuulee kalan kolkkaamisen ja haistaa samanaikaisesti kalan erityistuoksun.

Kenttätöön aikana havaitsin erilaisia tapoja määrittää sen, kuka toimii haavitsijana. Tavallisesti se uisteliija, jonka puolelta kala käy kiinni, on myös vastuullinen väsyttäjää. Toisen laidan uisteliija määrittyy siten haavitsijaksi. Suurempien miehistöjen veneissä voi tapahtua kisan aikana miehistön välistä roolien ja niihin liittyvien tehtävien kierrättämistä. Toisinaan miehistöjen sisällä tapahtuu myös erikoistumista tiettyihin toimiin. Uistelukilpailuissa käytettävät haavit ovat suuria. Haavin kokonaispituus voi ylittää parhaimmillaan kolme (3) metriä, ja haavin kehän leveys voivat olla metrin luokkaa. Suuren kokonsa takia haavit ovat painavia ja vaikeita hallittavia. Lisäksi liikkuvasta veneestä johtuen haavin ja havaksen ollessa vedessä ne kohtaavat varsin voimakasta vetovastustusta. Haavitsijaksi valikoituukin usein kookkaita ja fyysisesti vahvoja uistelijoita, jotka ulottuvat kauas ja kykenevät käsittelemään raskasta haavia vesiympäristössä. Niin ikään miehistöissä on jäseniä, joiden erikoistehtäviin lukeutuu väsyttäminen yksinoikeudella. Veneiden miehistöjen roolit väsytyksessä ja haavitsemisessa on tavanomaisesti sovittu yhteisymmärryksessä jo ennen kilpailun kulkua. Narratiivisen otteen ja kuvan (kuva 17.) tarkastelu tuo esiin haavitsemisen yhteistoiminnallista luonnetta. Onnistunut kalan väsytyks on ryhmätöitä.



KUVA 17. Yhdessä haavitsemista.

Sekä kalan väsyttäjä että haavimies hakevat pintaan tulevasta kalasta merkkejä sen mahdollisesta väsymisestä, kuten kyljen väläyttelystä tai vastaanpanemattomuudesta. He odottavat tilaisuutta haavitsemiseen. Haavimies puolestaan seuraa siimaa ja mahdollisesti pinnalle tullutta kalaa. Hän odottaa väsyttäjän lupaa toimintaan. Yhteistoiminnalliset päätökset siitä, millä tavalla, mistä kohtaa tai milloin kala otetaan haaviin, ovat kuitenkin vain orastavia suunnitelmia. Tilanteen toinen osapuoli, kala, ei ole lukenut miehistön ennalta laatimaa käsikirjoitusta. Veljeskunta ei voi olla varma siitä, miten kala aikoo seuraavaksi toimia. Nämä toimet ohjaavat käytännön toteutusta ja luovintaa. Väsyttäjä ja havaitsija joutuvatkin usein kalan liikkeiden vuoksi antamaan toisilleen tilaa väistelemällä tai siirtämällä kehoaan toisenlaisiin asentoihin. He hakevat asemia, jotka mahdollistavat vapaampia väyliä rajoittavassa ja rajoitetussa liikkumatilassa. Kalan liikkeiden ohella yhteistoimintaa tilanteessa muovaavat tilannekohtaiset seikat, esimerkiksi se, kuinka hyvin kala on kiinni haavitsemistilanteessa tai se, että yhden kalan ohella pyytöihin iskee samanaikaisesti useampi kala. Yhteistoiminta on haavitsijan ja väsyttäjän yhteistyötä laajempaa. Kuten kuvasta 17. näkyy, ovat veneen ohjaaja ja hänen suorittama ohjaustoimet osa haavimisen toteutusta. Ohjaaja pyrkii ajamaan venettä niin, että se etenee suoraan eikä osu toisiin veneisiin tai rantaan. Niin ikään hänen on tarkkailtava, ettei vene ajaudu liian matalalle uhkamaan toisia vedessä olevia pyytöjä. Lisäksi ohjaaja luovii venettä kalan liikkeiden mukaan, esimerkiksi vauhtia nopeuttaen tai hiljentäen. Kuvassa 17. omaa väsytyvuoroaan odottava miehistön neljäs jäsen avustaa tilanetta varoittavilla huomioillaan. Hän myös ikuistaa yhteistä ottihetkeä.

Haavitseminen toimintana on luottamuksen antoa ja jakamista. Väsyttäjä on onnistunut käytännön toteutuksessaan, mikäli hän on saanut kalan haavitsemisetäisyydelle veneestä. Hänen viimeisenä tehtävänään on yrittää pitää kalaa paikoillaan tai mahdollisimman hyvissä asemissa haavitsijaan nähden. Tässä vaiheessa haavitsemista väsyttäjä luovuttaa haltuun ottamansa kontrollin kalasta toiselle miehistön jäsenelle. Väsyttäjä kykenee auttamaan nyt vain sanallisten neuvojen avulla. Hänen roolinsa on vallattomana odottaa ja seurata sivusta haavitsemisen onnistumista tai epäonnistumista. Ennen tätä tilannetta haavitsijan roolina on ollut enemmän avustava asema, valmiustilassa oleminen. Haavitseminen on voita tai häviä -peli. Se on joko väsyttäjän ja haavitsijan yhteinen menestys tai jommankumman osapuolen epäonnistuminen ja kalan menetyks. Tätä kokonaisuutta voidaan pitää tunteiden vuoristoratana. Seuraavaksi lyhyt ote veljeskunnan jäsenen verkkoympäristössä kertomasta haavitsemiseen liittyvistä pelonsekaisista hetkistä.

...Onneksemme se ei onnistunut pakoyrityksissään. Kun kala vihdoinkin saatiin veneen lähelle ja aloimme haavita sitä, jatkovartinen haavi napsahti keskeltä (jatketavasta osasta) poikki ja putosi veteen, jääden verkkoon kiinnitetyn narun varaan. Silloin syöksyimme kurkottamaan kohti haavia ja onnistuimme saamaan siitä kiinni. Kala oli jo puoliksi ulkona haavista, mutta kala oli niin väsy-

nyt, että ei tajunnut, tai jaksanut, uida ulos haavista. Nostimme kalan veneeseen ja huokasimme paikat täristen: "Olipa sekin vähällä karata.". Kalakaverit eivät olisi kuitenkaan uskoneet tarinaa, jos kala olisi sen tehnyt. Perinteisesti juhlimme tapahtumaa polttamalla kunnon sikarit mahtavan kalamme kunniaksi.

Tarinasta käy ilmi se, että epäonnistuminen voi aiheutua paitsi inhimillisten toimijoiden virheistä, mutta myös ei-inhimillisistä tekijöistä, kuten tarpeiston rikkoutumisesta. Odottamaton tilannetapahtuma pakottaa koko miehistön innovatiiviseen, rutiinista poikkeavaan yhteistoimintaan. Tarina tuo julki myös sen, että vetouistelijoiilla ei ole huoli pelkästään omasta osatehtävässä onnistumisestaan, vaan myös siitä, miltä se saattaisi näyttää tai kuulostaa merkityksellisten toisten taholla. Lopuksi tarina kertoo sen, kuinka yhteisellä materiaalisella riitillä, sikarin polttamisella, lujitetaan venekunnan yhteisöllisyyttä.

Kilpailussa-osion päättävä vaihe on matka kohti kisakeskusta ja maalialuetta. Kaikissa kolmessa lähtömuodossa kisailijoiden pitää olla määräaikaan mennessä kisa-alueella. Ensimmäisessä vaihtoehdossa edetään uisteluvauhdilla, mutta toisessa ja kolmannessa matkan luonne on samanlainen kuin kisan alussa, se on veneiden kilpa-ajoa. Kilpa-ajon palkintona on päästä ajoissa kisakeskukseen sekä saavuttaa edullinen asema veneen nostamista jonottavien kanssakilpailijoiden joukossa. Nopean ajon aikana kilpailevan veneen miehistö huolehtii saaliskaloistaan. Kilpailun säännöt sanelevat kilpailijoiden käsittelytoimia. Toisissa kilpailuissa kaloista tulee laskea veret ja poistaa suolet, toimenpide, joka ei ole ongelmaton maalialueelle matkaavassa veneessä. Toisissa kilpailuissa kalojen sallitaan olevan pyöreitä eli avaamattomia. Tämä muoto miellyttää helppotoimisuuudessaan kisailijoita. Vielä hetken kisailijat ovat vauhdikkaan veneen viemiä, mutta kohta on rantautumisen ja kuivalle maalle astumisen aika.

6.1.3 Kilpailun jälkeen: puntarointia ja pullistelua

Neljä tuntia viimeisen kalatapahtuman jälkeen rannalla on kaksi väsynyttä, sateen kastelemaa märkää ja viluista miestä. Olosuhteet eivät pysty pyyhkimään hymyä kasvoiltamme tai laannuttamaan hyvää mieltä. Jaksamme kertoa omia kalajuttuja päivän tapahtumista sekä vastavuoroisesti kuunnella toisten veljekkuntalaisten tarinoita. Ei tullut kymppikiloista ei, eikä edes isoa kokonaissaalista. Munat eivät kuitenkaan menneet pataan. Juttutuokion katkettua hetkeksi, isäni vilkaisee minua ja nyökkää kohti järjestäjien aidattua myyntipistettä. Yhdessä tuumin suuntamme askeleemme sitä kohti ja pian olemme jonottamassa mahdollisuutta tilata. Aika tuntuu matelevan jonon etenemisen kanssa. Märkytyksestä huolimatta kurkkuani kuivaa. Kassatiski tuntuu pelottavan etäiseltä.

Lopulta on meidän vuoro ja saan, myyjättären kolikoiden piinallisen laskun jälkeen, viimein muovituopillisen kouraani. Isäni, kuskien ominaisuudessa, tilaa höyryväännön kahvikupillisen. "Jaa'a, kylläpä se kylmä olut lämmittää" totean isäl-

*leni ensisiemäisun jälkeen. ”Huumorinkukka on se kaunein kukka, ja nyt sitä tun-
tuu olevan kaupan” kuuluu isäni penseäbhö vastaus. Käännymme ja katseemme
etsii pöytää ja vapaata istumapaikkaa, täyttä näyttää olevan. ”Kalatohtori, tän-
nepäin!” huutelee kauempana istuva ja kättään heiluttava iso-A. Pujottelemme
pöytään ja istahdamme iso-A:n tarjoamiin muovisiin puutarhatuoleihin. Tapu-
tusta olkapäälle saattelee kysymys ”Mitenkäs se meni?”. Taas tarjoutuu mahdol-
lisuus kertoa päivän tapahtumien kohokohta sekä kasvattaa meiltä karanneen
kalan kokoa...*

Isoimmissa kisoissa määrääjän lähestyessä loppuaan tunku kisakeskukseen on suuri. Veneet joutuvat lipumaan peräkkäisessä letkamuodostelmassa (kuva 18.). Tämä ilmiö muistuttaa valtateiden ruuhka-aikaa. Kuvan (18.) veneletkamuodostelman polveileva reitti johtuu yhtäältä veneen hitaasta vauhdista aiheutuvan ohjattavuuden vaikeudesta ja toisaalta veden syvyyden tai paremminkin mataluuden vaihtelevuudesta. Tämä pakottaa venekuntia poikkeamaan linnunreitiltä: tekemään useita käännöksiä sekä paapuuriin – veneen perästä eteenpäin katsoen ohjauspuolen vastaiselle, eli vasemmalle puolelle – tahi tyyrpuuriin. Tämä luoviminen edellyttää veneen kuljettajalta hermokontrollia ja tarkkaa ympäristön, esimerkiksi toisten veneiden, kivien tai veden syvyyden, audiovisuaalista havainnointia. Kuvasta (18.) on havaittavissa tuntoaistin solmiutuvan kuljettajan toimiin, onhan esimerkiksi neljä viidestä kuvassa esiintyvistä kuljettajasta asettunut pystyyn asentoon, joka yhtäältä lisää näkökenttää (erityisesti hytillisissä veneissä), toisaalta se etäännyttää kuljettajaa perämööttörin äänimaailmasta, parantaen ääniaistimusten havainnointia.



KUVA 18. Matkalla kisakeskukseen.

Hitaasti matkaten kisailijat valmistautuvat lähtötapauhtuman alkuun nähden käänteiseen toimeen, veneen ylösnostamiseen. Veneletkan kärjessä olevat lipuvat lasku- ja nosterampin läheisyyteen (kuva 19., s. 179). Ennen ylösnostoa vuoroaan

jonottava venekunta on pistäytynyt hetkellisesti rannassa, jättäen osan miehistöstä maalle. Tällöin jonkun rannalle jääneen miehistön jäsenen on lähdettävä hakemaan parkkeerattua autoa ja venetraileria, sillä nostovuoro määrittyy tämän ajoneuvoyhdistelmän rampille saapumisjärjestyksen mukaan – first-in-first-out -periaatetta seuraten. Loppuun asti yrittäneille kilpailijoille tämä merkitsee epätietoista jonottamista. Myöhemmin saapuneet, nostovuorosta kauempana olevat venekunnat, rantautuvat tyytyen yrittämään veneensä nostoa vasta ruuhkan jälkeen.



KUVA 19. Veneen nostoa ja nostovuoron odottamista.

Veneen nostotehtävässä tyhjä venetraileri peruutetaan veneen laskun tapaan niin syvälle, että trailerin rekisterikilven valo ei mene veden alle¹³ ja pyörän navat jäävät veden yläpuolelle. Näin trailerin perä on jo lähemmäs kaksi metriä rannasta. Kuvan 19. traileri on kyetty laskemaan syvempään veteen, sillä perävaunussa on irrotettava takapuskuri. Venetrailerin sähköinen järjestelmä, rekisterikilpi että takavalot, eivät joudu kosketukseen veden kanssa. Veneen kuljettaja ohjaa moottorin avulla veneen trailerin päässä olevan perärullan ohjainpyörien väliin. Tämän jälkeen auton kuljettaja kahlaa veneen luo ja kiinnittää vinssiliinan veneen keulan kiinnikkeeseen, minkä jälkeen vene voidaan veivata trailerille. Vene voidaan myös ajaa ylös kölirullille perämoottorin voimalla ja apumiehen avittamana, kuten kuvassa 19. tapahtuu. Tällainen menettelytapa on yleinen painaville veneille, mutta myös pienempien veneiden taitaville kuljettajille. Venettä nostavien taitoja haastaa veden mataluus, mutta myös materiaallinen, ei-inhimillinen elementti, sää. Ennen kaikkea tuuli, joka suoranaisesti tai nostattamiensa aaltojen kautta kääntelee hitaasti liikkuva venettä puolelta toiselle, aiheuttaen nostamisen epäonnistumisen.

Rantautumisen jälkeen osa miehistön jäsenistä kiiruhtaa kisan sääntöjen mukaan käsiteltyjen saaliskalojen kanssa kohti punnitsemista (kuva 20., s. 180). Haukirikkaissa vesistöissä tapahtuvissa kilpailuissa pätevien venekuntien saaliit ovat usein suuria. Tällöin lyhytkin kantomatka on ruumiillisesti raskas toimenpide.

13. Näin vältetään sähköongelmat ja pyörien napojen laakereiden vahingoittuminen.



KUVA 20. Saalissaavin kantoa.

Punnitsemistehtävän voidaan ajatella jakautuvan kahteen jaksoon: puntarille pääsyn odottamiseen ja varsinaiseen puntarointiin. Kolmiosaisen kuvan (kuva 21.) vasemmanpuoleinen osakokonaisuus esittää jonossa tapahtuvaa odottamista. Keskimmäisessä ja oikeanpuoleisessa kuvassa punnitaan saatuja kaloja.

Puntarille pääsyä odottavien jono voi muodostua pitkäksi, mikä suurten saaliiden yhteydessä merkitsee myös pitkää odottamista. Käsillä olevaa vapaa-aikaa kulutetaan erilaisilla tavoilla. Esimerkiksi kuvassa 21. on nähtävissä useita vuoroaan jonottavien ja puntarilta palaavien keskusteluryhmiä, joissa voidaan jakaa tiedossa olevia tuloksia tai esitellä kookkaita saaliskaloja. Jonossa aukenee mahdollisuuksia myös vaivihkaisesti kärvistellä, katsella silmäkulmien alta, kilpikumppaneiden puntarille tuomia saaliita ja arvuutellen vertailla niitä omiinsa. Onhan punnituspaikka areena, jossa viimeistään on näytettävä avoimesti aiemmin ehkä salatutkin kortit. Tämän urkkivan menettelytavan jakavat niin huonosti saalista saaneet kuin menestymismahdollisuuksiinsa uskovat uistelijat. Kertoohan näin hankittu tieto siitä, kuinka paljon on kisassa hävinnyt muille tai sen, onko voitto vielä tavoiteltavissa. Kuvan 21. keskimmäisessä ja oikeanpuoleisessa kuvaosioissa venekuntaa edustava jäsen on päässyt punnitustilaan, jossa kisaorganisatioon kuuluva henkilö ottaa kalat vastaan.



KUVA 21. Puntarille pääsyn odottamista ja puntarointia.

Kisan järjestäjiin kuuluvan punnitsijan tehtävänä on yksitellen tarkastella kalojen määrämitta mittakaukalossa sekä punnita hyväksytyt kisakalat virallisesti kalibroidussa puntarissa. Seuraavaksi ote etnografisen päiväkirjan tähän liittyvästä tapahtumasta.

Punnitsemistilassa velloo väkevä kalan tuoksu. Seuraavana jonossa oleva A. työntää jalallaan suurta mattamustaa muovista muuttolaatikkaa kohti punnitsijaa. Kisapunnitsijan yllä on teurastamo- tai tehdastyöntekijän suojavaate, raskas essu, ja käsissään pitkävartiset kalastajan kumikintaat. Hän kumartuu kohti laatikkaa ja alkaa kaksin käsin nostella kaloja, hänen vierellään olevalle jaloteräspöydälle. Toinen, nostajaa nuorempi virkailija, liu'uttaa kaloja kantta pitkin pöydänpäätyyn ja tiputtaa ne isoon tehdaspuntarilla olevaan laatikkoon. A. seuraa silmä tarkkana saalistaan käsittelevien miesten toimia. Hänen takanaan on vielä kaksi identtistä piripintaan lastattua saalislaatikkaa. Yhtäkkiä virkailija lopettaa kalojen liu'uttelun ja tarttuu yhteen haukeen ja heittää sen karikেকoriin. "Mitäs nyt?" huudahtaa A. kummastuneena. "Alamittainen", kuuluu virkailijan vastaus. "No ei varmasti ole, nyt kyllä tarkistetaan" sanoo A. takaisin. Hän poimii paljain käsin kalan karikelaatikosta, antaen sen kasvoiltaan punastuneelle virkailijalle. Virkailija sihauttaa hampaiden välistään "Jos herra kerran niin vaatii.." virkailija asettaa hauen mittakaukaloon. "39 senttimetriä, alamittainen, mitä minä sanoin" omahyväisesti hymyilevä virkailija virkkoo osoittaen tv-juontajamaisella esittelyleellä mittakaukaloa. "Juu'u on se noin, mutta mittaapa se kun pyrstöevät on yhdessä, näin ikkään" sanoo A. asettaen kalan kuvailemaansa asentoon. Näen kalan yhteen asetetun pyrstön ylittävän nyt 40 senttimetrin rajamitan. "Ei sitä niin mitata!" penää virkailija, epäuskon venähtänyt ilme kasvoillaan. Ympäri kertyneistä kisailijoiden joukosta kuuluu nurinaa "Kylläpä, ainakin Cupin sääntöjen mukaan! A. on oikeassa!!". Vanhempi kaloja nostava virkailijakin nyökkäilee myöntävästi. "No olkoon sitten, jos se on yhestä pienestä kalasta kiinni!!" kaloja aiemmin liu'uttellut virkailija sanoo kireästi. Hän lisää, päättään pudistellen ja kulmakarvat tikaten, kalan punnittavien joukkoon...

... "Yhteispaino 57 kiloa, kärkeen menee." A. kuuntelee tyynenä ilmoitusta, vilkaisee vielä tuiman merkitsevästi punnitsevaa "epäilevää Tuomasta" ja kääntyy kannoillaan, astellen ulkoilmaan. "Voittajan on helppo olla myös hymyilemättä" tuumin itsekseni...

Oheinen ote kuvastaa sitä, kuinka virallisella vaa'alla tehdyssä saaliin todennuksessa voi leikki olla kaukana. Menestyksellinen ja käytännön pätevä toteutus edellyttää moninaista tarkkuutta, aina pikkutarkkuuteen asti. Sekä järjestävän organisaation tahot että kilpailijat itse jakavat kiinnostuksen saalista kohtaan. Kuvan 21. oikeanpuoleisessa osiossa kalojen painoon huomioitunut punnitsija on puhumattomien kanssakilpailijoiden ympäröimänä ja huomion keskiössä. Hiljaiset miehet seuraavat kädet taskussa, ehkäpä epäluulon vallassa, suuren saaliskoko-

naisuuden kertymistä. Aistillisesti punnitustapahtumassa yhdistyvät muun muassa näkö- ja kuuloaisti sekä tuoksuaisti. Otteesta ja kuvasta nousee esiin kehon ja tuntoaistin kautta välittyvä sanaton viestintä, kuten kasvojen ilmeet, silmien kontrolloimattomat katseet sekä kehon asennon tunnejälkiä esiin piirtävät viestit, kehon kieli. Keskimäinen osakuvio (kuva 21.) ilmentää, kuinka kalasaaliista on kiinnostunut myös kilpailijoita laajempi yleisö. Kalojen punninta katsojaystävällisyydessään on kilpailutapahtuman seuratuimpia vaiheita, se kutsuu katselemaan.

Kalojen punnitsemisen jälkeenkin side kisaan ja kilpailutoimintaan on vielä lämmin ja voimakas. Irtautukaseen kilpailutunnetilasta uistelijat ryhtyvät erilaisiin kisan jälkeisiin rutiinimaisiin tekoihin, jotka ovat osoittautuneet toimiviksi keinoiksi purkaa jännittynyttä latautumisen viretilaa. Eräs yleinen ja helposti tunnistettava moottorivetouistelijoiden tapa on puntaroida kisan kulkua joko ääneti itsekseen tai yhdessä ääneen, kuten yhdistelmäkuvassa (kuva 22.) tapahtuu.



KUVA 22. Kisan etenemisen puntarointia.

Kisan jälkeen uistelijat ryhtyvät tavanomaisesti läpikäymään, ensiksi oman miehistön kesken, merkityksellisiä kilpailussa-osion tehtäviä ja tapahtumia. He pyrkivät saavuttamaan yhteneviä näkemyksiä esimerkiksi siitä, miten kisan aikana olisi voinut toimia toisin. Keskustelut jatkuvat ja laajenevat veljeskunnan muiden jäsenten pariin. Aivan kuten kuvan (22.) oikeanpuoleisessa osiossa, jossa kolmen eri venekunnan jäsenet kohtaavat. Kuvan (22.) vasemmanpuoleisen keskustelun kävijöiden katsekontaktia hakevista silmistä, kasvojen ilmeistä tai puhuvista käsistä voi tehdä päätelmiä keskustelun intensiivisestä luonteesta. Nämä särvinten parissa tapahtuvat keskustelut voivat olla myös tuskastuneisuuden purkamista, jossittelua tai selittelyäkin. Juttutuokioita voidaan pitää myös kulttuurista tietovarantoa tukevinä ja muodostavina toimintoina – käytännön oppimisen lähteinä.

Asiapitoisten keskustelujen jälkeen veljeskunnan parissa alkaa velloa hurtin huumorin kyllästävät kalatarinat tai muut jutut, joita ei ole tarkoitus ottaa vastaan naama peruslukemilla – ne ovat kilpailun vakavuuden sulkeutumia (kuva 23., s. 183). Tarinat onnistumisista tai itseironisista tunaroinnin tähtihetkistä eivät leviä ainoastaan kilpailussa onnistuneiden harrastajien keskuudessa. Mah-

dollisuus yhdessä nauramiseen tarjoaa helpotusta myös epäonnistuneen kilpailun jälkimaininkien alhossa kulkeville. Nämä hetket ovat yhteisöä ylläpitäviä aineksia.



KUVA 23. Tarinatuokion taikaa.

Kalojen punnitsemisen ja puntaroivien ja tunnelmaa nostattavien keskustelujen ohella *kilpailun jälkeen* -osatehtävään sisältyy symbolisiin ja kommunikatiivisiin seikkoihin liittyviä toimintoja. Onnistunut kalakilpailukäytäntö tai veljeskunta-kuuluvuus ikuistetaan hetken pysäyttäviin valokuviin (kuva 24.).



KUVA 24. Poseeraavaa pullistelua.

Vetouistelijoiden kuvien keskiössä on usein ei-inhimillinen, tässä yhteydessä eloton, toimija kala, ja sitä pitelevä uistelija sekä ympärille kerääntyneet muut miehistön jäsenet. Tällaisista kuvista voidaan päätellä, että kuvat ovat erityisiä, korvaamattomia Kodak-hetkiä. Hetkiä, joissa on lupa osoittaa tyytyväisyyden ja ilon tunnetiloja. Proksemiikan näkökulmasta tällöin on myös sopivaa koskettaa ja olla liki toisiin osapuoliin. Kuvien tarkastelussa voidaan huomioda myös niiden asetelmia, esimerkiksi mihin puitteisiin poseeraajat ovat kuvan yhteydessä asettuneet tai asetettu. Nämä visuaaliset kuvastot eivät ole luonteeltaan sattumanvaraisia pikaotoksia. Pohdinnan kautta voidaan hakea sitä visuaalisuutta, mitä kuvassa halutaan sen katsojalle näkyvän. Kuvat ilmentävät esimerkiksi pyyntiin osallis-

tuneita henkilöitä, mutta myös ottipaikkaan liittyviä luontoelementtejä (esim. kuvan Saana-tunturi). Kuvat kertovat niin ikään käytetyistä vetouisteluvälineistä sekä tapahtumahetken olosuhteista. Kuvien kautta voidaan pohtia myös, kuka saa kunnian pitää suurta kalaa käsissään. Yllä olevassa kuvakokonaisuudessa kunnian saa veneen omistaja ja kippari. Tällaiset poseeraavat asetelmat voivat ilmentää näin venemiehistössä vallitsevaa hierarkiaa. Kuvat tarjoavat ilmentymiä jaetusta kulttuurisesta tietovarannosta jotka ohjaavat esimerkiksi sitä, kuinka trofeekalasta tulee pitää kiinni ja miten sen kokoa tuodaan oikein esille. Kodak-hetkien toimia voidaan yhteistoiminnan ja yhteishengen nimissä pitää *positiivisena pulisteluna*, sillä ne materialisoivat ohi meneviä kontekstuaalisia affektioita: tunnetiloja, onnistumista tai yhteenkuuluvuutta – myöhemmin muisteltaviksi hetkiksi.

Vetouisteluosakilpailuprojektin *kisan jälkeen* -osatehtävän loppuvaiheisiin lukeutuvat toisiaan seuraavat tuloksien julkistamisen ja palkintojen jaon tapahtumat. Tuloksien julkistaminen tapahtuu osakilpailuissa tulostetun tuloluettelon esilletuonnilla. Tuloluettelo kiinnitetään yleensä punnintapaikan välittömässä läheisyydessä olevaan ennalta ilmoitettuun paikkaan. Julkaistu lista kerää ympärilleen tuloksista kiinnostuneita uistelijoita (kuva 25.). He pakkaantuvat vieri viereen toivoen näkevänsä oman tuloksensa asettuneen kilpailun kärkisijoille.



KUVA 25. Kisatuloksien julkistamista.

Suuresta kiinnostuksesta johtuen tuloluettelon eteen syntynyt uistelijakertymä ei hajaannu nopeasti. Yksittäisen kisan ohella tulokset vaikuttavat Lappi-Cupin kokonaistilanteeseen. Tulokset innostavat spekulatioihin venekuntien mahdollisuuksista menestyä tulevilla kamppailuilla. Yksittäisen uistelijan erkaantua tuloluettelon luota uudet uistelijat ottavat vapautuneen paikan, pitäen yllä yhteenkeräytymän muodostelmaa. Julkistettu tuloluettelo ei kuitenkaan ole vielä lopullinen, sillä jokaisessa osakilpailussa on olemassa protestiaika. Aikaraja joka tarjoaa epäoikeudenmukaisuutta kokeville mahdollisuuden esittää maksullinen vastalause ja oikaisuvaatimus järjestävälle taholle. Osakilpailua koskevat erimielsyydet ratkaisee kunkin kilpailun tuomarineuvosto. Mikäli vastalauseita ei esitetä tai niitä ei hyväksytä, astuvat tulokset voimaan.

Uistelukisan palkintojenjako etenee alemmilta sijoilta kohti voittajan palkitsemista. Palkintoina on pokaalien ohella tavarapalkintoja, jotka järjestäjä on kerännyt lahjoituksina. Palkintona voidaan pitää myös kunnianosoituksia, immateriaalisia onnitteluja joko yleisöltä tai harrastusyhteisön jäseniltä (kuva 26.).



KUVA 26. Palkintosijoille päässeiden keskinäistä onnittelua.

Palkintojenjaon jälkeisiä tekoja ovat joko uistelijoiden matka kohti kotia tai yöpymispaikkaa. Kisapaikalla yöpyminen mahdollistaa veljeskunnan välisiä yhteishetkiä ruokailun ja nautintoaineiden merkeissä, pitkän kaavan mukaisesti. Varsinaista kotimatkaa puolestaan edeltää kisavälineistön purkaminen ja lastaaminen sekä veneen matkakuntoon saattaminen. Näiden toimien jälkeen uistelijoiden matka seuraavaan etappiin voi alkaa.

6.2 Kilpasilla kalojen kanssa

Selvitettyäni kalastuskilpailukäytännön, projektin ja osatehtävien rakennetta ja ajallis-toiminnallista etenemistä on aika keskittyä kilpailussa-osatehtävään ja kalojen kanssa kilpasilla oloon. Tässä vaiheessa korostuu ihmisten välisen kanssakäynnin ohella vuorovaikutus ei-inhimillisten tekijöiden, kuten vesistön, sään, kalojen sekä tarpeiston kanssa. Näissä kanssakäynneissä uistelijat uppoutuvat kehollisesti ja mentaalisesti kilpailun tiloihin, ajalliseen kulkuun sekä muuttuviin olosuhteisiin. Tästä kokonaisuudesta muodostuu kilpasilla olon rakenne.

Moottorivetouistelijoiden näkökulmasta onnistunut ja menestyksellinen vesistössä konkretisoituva kilpasilla olo edellyttää tiettyä saalisvarmuutta, kalojen koukuttamista. Tavoiteltu ja mahdollisesti saavutettu menestys vaati uisteli-joilta aktiivista osallistumista kisoihin ja/tai harjoitteluun. He ovat hyväksyneet sen, että vapaa-ajan harrastukseen sisältyvät miellyttävät ja mukavat hetket ovat usein harvinaisempia kuin ne epämukavat. Sitoutuneet vetouistelijat ovat työteli-äitä leikissään, he sietävät harrastuksen arjen toimien karuuden. Kalamatkamme

jatkuu seuraavaksi veden pinnan päällisissä tyvenissä tai tyrskyissä, jopa jäisissä vesistöissä – ulottuen pohtimaan myös pinnan alaista vesistöä ja sen eliöitä.

6.2.1 Hyvä sää? Vesistö muuttuvana aistiympäristönä

Olin tarkistellut ajomatkan aikana kannettavasta tietokoeesta Erä-lehden tilaajilleen tarjoamaa sääennustetta. Tarkistin myös toisia näkemyksiä ”googlettamalla” Forecan ja Ilmatieteen laitoksen sivustoja. Kaikki vaikuttivat suhteellisen yksimielisiltä: päivästä oli tuleman kohtuu ”helppo”, ei odotettavissa ukkosta eikä navakkaa tuulta. Ainoastaan yksi ennuste piti mahdollisena, että kilpailun aikana voisi ilmetä sadetta. Astelen joen rantaa pitkin. Vasemmalla puolella sinisellä taivaalla oli palleropilviä, kun taas oikea puoli on pumpulimaisen kumpupilvikerrostuman kattama. Rannan läheisyydessä olevan kodan ovi on auki ja sen sisällä näkyy nuotio. Ilmavaihto toimi hyvin, sillä kotaan ei kertynyt liikaa nuotion savua, vaan katon aukko veti sitä hyvin ulos. Savu ei noussut pystysuoraan, vaan se vietti kaupungista pois päin. Savun liike sekä olutteltan salossa oleva hulmuuva lippu kertoi tuulen suunnasta, aivan, se puhaltaa etelästä. Kääntyessäni rintamasuunta kohti etelää tunnen tuulen ihollani. Kävelykatua reunustavien kookkaiden koivujen lehdet ja lehvät kahisevat ja havisevat. Nämä tunnusmerkit sopivat ja tukivat säätiedotuksien sanomaa. Tuuli on kevyttä, arviolta noin 3–5 m/s:ssa. Hyvä ettei ole täysin tyyntä, pläkkää. Kalat olisivat tuolloin erityisen säikkyjä ja veneessäkin olisi hyvin tukalaa. Katson ranteessa olevaa Suuntoani, ilmanpaine on 1003 Hpa:n tietämissä, ei aivan korkeapainetta mutta lähellä sitä; barometritrendi näyttää tasaista, ei nousua eikä laskua. Ennusmerkit viittaisivat poutapäivään; ei tulisi satamaan. Tämä merkitsisi sitä, että kalastuskilpailuun olisi odotettavissa myös tottumattomia ”hyvän ilman lintuja”, uisteli joita jotka jättävät päätöksen osallistumisesta aivan viime ”tinkaan” – he tulevat mukaan kisaan vain poutapäivinä. Siispä tällaisella säällä kisan osallistujamäärä tulee kasvamaan. Tämä ei ole välttämättä hyvä, sillä tottumattomat ”sunnuntaiuistelijat” ovat yleensä varsin varomattomia veneen ajolinjojen suhteen. Odotettavissa on siis ruuhkaa ja vaarallisia tilanteita, siimasotkuineen. Näen rannalla tutun uistelijan, nostan kättäni ja kävelen häntä kohti, tuumiskellen: ”Onkohan hän ajatellut ajaa tuulen alapuolella”...

Kuten otteesta käy ilmi, vesille mielivien kilpailijoiden valmistautumiseen kuuluu ounastelu siitä, mitä sää ja sen muovaamat olosuhteet tulevat pitämään sisällään. Varsin usein vetouistelijat aloittavat sääymmärryksen muodostamisen perehtymällä ennustuksiin. NykYTEknologia, kuten satelliitit ja säähavaintoasemat, tarjoavat hienovaraista tietoa meteorologeille. Heidän tekemänsä tulkinnat puolestaan leviävät kännyköiden, lehtien, radion, television ja Internetin kautta säästä kiinnostuneille. Kilpakalastajat eivät tyydy kuitenkaan pelkästään saamiinsa sääennustuksiin, niiden edistyneisyydestä huolimatta.

Kilpailijat havainnoivat itse luontoa ja luonnon aistillisia vihjeitä. Tämä merkitsee esimerkiksi nykyisten sääolosuhteiden pohdintaa (esim. tuulen suunta ja voimakkuus, ilman lämpötila ja ilmanpaine), veden värin tulkintaa, aaltojen koon tarkkailemista, näköhavaintoja pilvistä tai ilman tuoksuista. Niin ikään havainnot tietyistä kasveista kuten puista (esim. lehtien ja oksien kahina, puiden taipuminen) tai eläimien ulkoasusta ja käyttäytymisestä voivat toimia sään ennustamisen apuna. Omiin havaintoihin voi yhdistyä myös erilaisten teknisten apuvälineiden, kuten rannetietokoneen, tuottamaa tietoa lämpötilasta ja ilmanpaineesta.

Kilpailijoille on yleistä yhdistää havaintoja myös kokemukseen (omaan tai muiden) ja kulttuuriseen tietovarantoon, kuten perittyihin sanontoihin. Esimerkiksi sanonnat ”jos pääskysset lentävät matalalla, tulee sade” tai ”jos ruoho on märkä vielä aamulla, tulee kaunis päivä” ovat kokemukseen ja havainnointiin yhdistyviä uskomuksia, jotka peilaavat tulevaa säätä. Osa veljeskunnan jäsenistä pitää myös saalispäiväkirjaa, johon merkitään tietoja pyydystetyistä kaloista, ottipeleistä, mutta myös sääolosuhteista. Tällainen tapa voi toimia kumuloituvana sääymmärrysvarantona. Lisäksi kilpauistelijat keskustelevat toisten veljeskuntalaisten kanssa esittäen omia päätelmiä ja kuunnellen toinen toistensa mielipiteitä. Ymmärrys säästä ja sään tulevasta tilasta onkin yleensä sääennusteiden, omien havaintojen, teknologian, yhteisön jäsenten mielipiteiden ja kulttuurisen tiedon yhteensulautuma. Ohessa on visualisointi (kuva 27.) edellä esitetyn kisan alkuhetkestä.



KUVA 27. Alkujaan poutapäiväisen kisan lähtöodottelua.

Kuvassa vene lipuu hiljaa väreilevässä joessa. On ilmeisen kaunis aamupäivä. Kisakeskukseen on jo kertynyt tapahtumaa seuraavaa yleisöä, ja alueella olevat myyntikojutkin keräävät ihmisiä puoleensa. Osa rannalla olevista ihmisistä on pukeutunut kevyesti shortseihin ja liiveihin. Kaikki kisaan osallistuvat venekun-

nat eivät ole lähteneet vesille, vaan uistelijat vaihtavat rannalla vielä kuulumisia. Etualan veneessä olevat ovat varmuuden vuoksi pukeutuneet rannalla olevia raskaammin, maastopukuihin ja lippalakkeihin. Seuraavaksi ote kisan alkuhetkiä koskevasta narratiivista.

Kilpailevat veneet kiertelevät ja kaartelevat, ne odottavat lähtömerkkiä. Vesi on kirkkaana päivänä postikorttimaisen sininen – se kimaltelee. Loput veneistä makaavat vielä rannan kupeessa. ”Jaahas, ryökäleet vartoavat”, odottelevat ehkä sitä, että hätäisimmät lähtevät kisaan. Tällöin kukaan taktikoijista ei pääsisi heidän ”följyyn” liian aikaisin. Osa rannalla olevista ihmisistä tepastelee shortseissaan ja naureskelee hanuri-humppa-musiikin tahdittamana. Paellan ja savustetun kalan tuoksu yltää veneeseen saakka. Kojuilla tuntuu piisaavan porukkaa. Jep! ilmankos, onhan lämmin sää. Ympärillä olevissa veneissä miehistöt alkavat vähentää vaateitaan.

”Tällaisella poutasäällä on paras mennä sinne minne vento tuuli vie”, varmistelen isälleni. Kiertelevien veneiden asemista päätellen monet muutkin tuntuvat ajattelevan samoin. Ruubkaa on siis tuleman. Hemmetti! Viime vuoden voittajaporukan lähtöasetelmat viittaavat kuitenkin siihen, että he aikovat aloittaa edellisen logiikan vastaisesti, tuulen yläpuolelta, mitä, mitä tämä meinaa?... Toisaalta siellä ei ole niin tungosta ja onhan siellä pari paikkaa isollekin hauelle – aikovat ottaa näemmä riskin. ”Vaihdetaanko taktiikkaa?” kysyn isältäni. ”Sinä päätät, älä minua sitten syytä”, kuuluu vastaus; ”Pidätän myös oikeuden moittia myöhemmin”, hän jatkaa naurahtaen...

Sen jälkeen, kun alustava ymmärrys säästä on muodostunut, kilpailijat voivat alkaa pohtia kilpailustrategiaansa ja sitä, miten sää vaikuttaa siihen. Juuri sää organisoi ja määrittelee kalastuskilpailun toimien piirteitä, kuten toteuttajien vaatedusta, veneen laskupaikkoja, käytettäviä kalastusvälineitä ja valittuja uistelureittejä. Esimerkiksi tuuli sääolosuhteena on aina ollut kalastajan kaveri, ja joskus jopa vihollinen. Uisteliijoilla ja kalastajilla on uskomuksia, joista jotkut ovat muotoutuneet toisteltaviksi sanonnoiksi kuten ”koillistuuli vie kalat kattilastakin”.

Tuulen vaikutus vedenalaisen maailmaan on merkittävä. Tuulella on kyky liikkuttaa kaloja, aiheuttaa vesistöön vedenalaisia virtauksia, akanvirtoja ja pyörteitä. Niin ikään tuuli tuo mukanaan silmin havaitsemattomia säämuuttujia – ilmanpaineen muutoksia – matalasta korkeaan tai päinvastoin. Matalapaine (alle 1000 hPa) liitetään moottorivetouistelijoiden parissa nousevaan tuulen voimakkuuteen, liikkuva matalapaine myös kääntää usein tuulen suuntaa. Kasvaneen tuulen myötä nopeammin liikkuva matalapainealue myös pompottaa ilmapuntaria alas ja ylös. Moottorivetouistelijoiden uskomusten mukaan tällä on tapa aktivoida kalaa ja innostaa sitä syönnille. Poikkeuksena edelliseen uskomukseen on tilanne, jolloin matalapaine on suoraan yllä. Tällöin on täysin työntä, ei ole tuulta eikä tuulen nostattamia aaltoja – pläkki vallitsee.

Tyynessä kalat ovat todella arkoja ja hakevat suojaa. Kala ei tartu eikä napaa. Kalastajien onneksi matalapaineen keskukset yleensä peittoavat taivaan tummaan ja synkkään pilviverhoon. Näin valo ei pääse tunkeutumaan veteen ja vesistö hämärtyy silmin havaittavasti. Tämä rohkaisee myös kaloja, sillä ne eivät koe olevansa enää niin suuren uhan alla. Matalapaineen aikana nousevan tuulen alla sataa varsin usein, ja ukkonen on lyhyelläkin aikavälillä mahdollinen. Kuva (28.) visualisoi, kuinka nopeasti liikkuva matalapaine iskee päälle kesken kisatapahtuman, päivänä jolloin ennustukset ja uistelijat eivät uskoneet sateen koettelevan.



KUVA 28. Matalapaine iskee.

Kuva (28.) konkretisoi sitä, kuinka nopeasti liikkuva matalapaine etenee ja ajaa tieltään korkeapaineen alueen, laajoine kumpupilvineen. Samalla matalapaine tuo mukanaan tumman, ei niinkään korkean, mutta laajan saderintaman. Kahden ilmanpaineen rajapinta ilmentyy, vaaleampien ja tummempien pilvimassojen välisenä kontrastina. Veneen takana siintää vielä kirkkaan ilman ja valkosinisen taivaan kattama poutailma, joskaan ei kauan, sillä sen on mentävä pois matalapaineen alta. Pääskysset ovat jo kauan kuvaamishetkeä aiemmin hävinneet rannan pesäkoloihin, sillä ne aistivat tulevaa sadetta. Saderintaman pilvet pimentävät äsken niin valoisan elokuun päivän varjoonsa, sadeviitan pivoon. Päivä muuttuu pimeäksi muistuttaen miltei lappilaista syysiltää. Vesi muuttuu tummaksi, ainoastaan matalimpien syvyyksien kohdalla vedestä näkyy häivähdys vaaleamman sinistä. Takaa tulevat venekunnat muuntuvat mustiksi, tuntemattomiksi objekteiksi. Ilma huokuu kosteutta, tuuli nousee ja lämpötila laskee – tuoksuu suorastaan sateelle.

Ensimmäisten pisaroiden myötä sade muuntuu rankkasateeksi, joka alkaa piiskata joella olevia uistelijoita ja kisakeskuksessa olevia ihmisiä (kuva 29.). Vesistö on kokenut muodonmuutoksen.



KUVA 29. Rankkasateessa.

Ohessa on vesistön aistimaiseman muuntumista koskeva ote:

Sateen alkaessa tuuli alkaa tyyntymään. Taivaalta tulevat pisarat eivät tyydy kuitenkaan valumaan, ne vyöryvät päälle kuin syöksylaskijat konsanaan. Kiihtyvä sade muovaa joen rokonarpiseksi pinnaksi, eräänlaiseksi puberteetti-ikäisen painajaiseksi. Veden pinnasta ei löydy tasaista, siloposkista pintaa. Itse asiassa osa taivaasta tulevista pisaroista saapuvat niin lujaa, että ne pompahtavat veden pinnasta ylöspäin pieninä valkopartaisina purkauksina. Isot pisarat tulevat ja kohtaavat nopeasti niin veden kuin veden päällä olevat uistelijat. Hitto, taas pääsi sade yllättämään. Suuntaan nopeasti hyttiin pukeutuakseni kelluntapukuuni. Sateen aiheuttama ropina alumiinikaton alla on tuntuva. Isäni joutuu, ohjaamisesta vastaavana, kastumaan, sillä hän on vain puolittain HT-katteen suojassa. Kelluntapuku on kelluntaominaisuuksista johtuen raskas vetää ylle. Onneksi suunnittelijat ovat ymmärtäneet laittaa puolimetriset vetoketjut lahkeisiin, näin pikainen pukeutuminen mahdollistuu myös GORE-TEX®-kengät päällä. Saatuaani puvun ylle on vahtivuoron vaihdon paikka. Hyppään ohjaajan kuppituolille, isäni siirtyy vuorostaan hyttiin ja pukemaan kelluntapuvun päälle.

Ajan vain suoraa linjaa, en tee kommerverkkejä, sillä edessä ei ole veneitä varottavaksi. Nyt, on siis hyvää aikaa "tibrustella" ympäristöä. Hieman takanamme kulkee vene. "Hei ukko! kurkkaas taakse vasemmalle", huudahdan isälteni. "Ei nyt pysty, kohta!", kuuluu vastaus. Pian isä tulee ulos hytistä kelluntapuku päällään ja virkkaa minulle: "Sehän on busteri ämmä." Tosiaan, siellä on

alkukuosissaan oleva Buster M, avovene siis. Sama vene kuin meillä, ennen kuin asensimme omaamme HT-katteen.

Yksi, kaksi, kolme ja neljä uistelijaa. Heillä on päällään sadetakit, mutta tiedän omasta kokemuksesta, että se ei paljoa lohduta. Vaikka sadevaatteet suojaavat kalastajaa, niin tällaisessa kaatosateessa kastuu kaikki muu: vene-elektroniikka, eväät, varavaatteet – aivan kaikki. Pilssipumppukaan ei kykene tyhjentämään vettä pois veneestä, vaan veneen pohjalle kertyy parin senttimetrin vesikerros. Koettelee tosiaan luonnetta, kylmyys ja kosteus eivät innoita toimiin. Uistelijat muistuttavatkin lähinnä patsaita. "Lieköhän tuo se viime vuotinen naisporukka?", kysyn ääneen, lähinnä itseltäni. Isäni, joka on kömpinyt takaisin hytin suojaan, vastaa "Taitaa olla".

Sade rummuttaa pukuni huppua. "Jaa, et sitten halua tulla rattiin?" kysyn isältäni. "Näin on ihan hyvä!", kuuluu hänen vastauksensa. Kuulen nelitahdin hiljaista putputusta, käännän katseeni oikealle, vierestämme menee seuraamme kuuluva venekunta, joka on asentanut meidän venettä sarjaa isompaan hytiliseen veneensä sadekatoksen. Sen alla ei edes kuskikaan kastu, hytin ikkunasta näkyy kolme täysin kuivaa kalamiestä. He nostavat kättään tervehtiäkseen, kätkien puolittain hymynsä kareen. Vastaan tervehdykseen, kahdesta venekunnasta ainoana henkilönä, joka on edes osittain sateessa. "Niillä on taatusti webasto"¹⁴ päällä kun ikkunat eivät ole huurussa", sanon isälleni...

Voimakkaan korkeapaineen (yli 1015 hPa) aikana ei yleensä synny väkeviä tuulia, koska laajoilla korkeapaineen alueilla ei esiinny suuria ilmanpaine-eroja. Korkean ilmanpaineen alueella on hyvin tyyntä, ja kala on tällöin tiukassa. Korkeapaineen sää on tavanomaisesti aurinkoinen. Tällöin aurinkoinen sää koskettaa myös pinnan päällä olevaa kalastajaa. Kaikki tämä kosketus ei ole aina pelkästään hyvää. Kuva (30., s. 192) kertoo tällaisesta kosketuksesta.

14. Venelämmitin.



KUVA 30. Uistelijan rusketusraidat.

Kuvassa uisteluveneen ohjaaja A. nostaa hihaansa paljastaen rusketusraitansa, niin kutsutun maanviljelijän rusketuksen (farmer's tan) – yliannostuksen aurinkoa. Maanviljelijän rusketus on ilmiö, joka on yleinen ulkoilmassa työskenteleville tai oleville henkilöille. Esimerkiksi kuvassa esiintyvä A. on kuskina toimiessaan osittain veneen katteen suojassa, mutta kuvan mukaan ei riittävästi. Yksi aurinkoinen kisapäivä on jättänyt jälkensä uistelijaan. Seuraavaksi ote aurinkoisen kalastuspäivän jälkeisestä olotilasta.

On aamu. Päättäni kivistää ja syy ei ole alkoholin. Katson peilistä naamatauluani. "Minkä värinen on paloauto?" kysyn itseltäni. Naamani on enemmän kuin kosketusherkkä, yritän kivusta huolimatta rasvata sitä. Ei tunnu auttavan, se kiristää ja särkee. Ihmettelen, "Miten voi kuusi tuntia uistelua tehdä näin tuhojaan?", minähän en edes pala helposti.

Täällähän piti olla kylmä, olimme venekuntana varautuneet päivään pitkällä kalsareilla. Kisan aamu ja ilmojen haltija päätti kuitenkin toisin. Vastoin sääennustuksia, aurinko paistoi kirkkaasti jo heräämisestä alkaen. Koko miehistön oli ostettava aurinkolasit kisakeskuksen kojuista, jota näkisimme jotain veden kajosta. Jo muutaman tunnin uistelun jälkeen pitkät kalsarit ja paita olivat läheneet yltäni.

Nyt toisena päivänä, matkaamme autolla kohti kisakeskusta. Aurinkoista on luvassa taas, kala taitaa mennä veden syvyyksiin. Jätämme auton K:n kelomökin vierustaan ja kävelemme tervehtimään mökissä asustavia veljeskuntalaisia. Mökin terassilla S. polttee Havannalaista, edellinen kalapäivä oli hyvä. "Huomenia" kipparimme J. sanoo S:lle. "Katos, pojatkin ovat jo heränneet!" vastaa S. ja jatkaa: "Otitte sitten pandakarhut mukaan kisaan, lemmikeiksi varmaan?". Naa-

mani punastuisi, jos siihen vielä kykenisi. Katson vierelläni olevaa T:n kasvoja, käännetyin baseball-lakin kiinnitysjäljet näkyvät selkeästi hänen otsallaan. Hän huomaa varmasti minun naamani ja suurten kilolasien peitosta johtuvat rusketusraidat, silmiäni ympäröivät laajat valkoiset alueet. J. hymistelee "Vai pandakarhut, no onhan noissa tiettyä yhdennäköisyyttä!" ja jatkaa "Kehityskelpoisia yksilöitä, mutta paljon on vielä oppimista, ainakin kirkkaalla säällä.". S. ottaa sikarin pois suustaan ja puhalttaa paksun savupilven ulos suustaan. "Niinpä", hän virkkaa...

Vesistön aistimaiseman eri olosuhteissa, sateesta paahteeseen, tarvitaan erilaisia tarpeistoja auttamaan karuissa puitteissa toimimista. Säätä ennustavan ja sen tilasta kertovan nykyteknologisen laitteiston ohella vetouistelun arkeen kuuluvat erilaiset teknisettuotteet (kuten GORE-TEX®-vaatteet, kelluntapuvut, aurinkolasit), jotka ovat oleellista välineistöä käytännön toteuttamisessa – puhumatkaakaan perinteisimmistä tuotteista, kuten pitkät kalsarit tai kumisaappaat. (Ks. Rantala et al. 2011; Valtonen et al. 2009.) Nykyisin veneisiin asennetaan jopa ylellisyyksiä, kuten veneen tiloja lämmittäviä tai viilentäviä ilmastointilaitteita. Veneisiin asennetaan myös kehittyntä vene-elektroniikkaa, jotka auttavat uistelijointa "näkemään" veneen alle, sivuille tai sen eteen. Erilaiset tarpeistoratkaisut ja niiden olemassaolo eivät itsessään auta sään armoilla olevaa uistelijaa, mutta silloin kun tarpeistoon yhdistyy niiden osaava käyttö, ne voivat tarjota inhimillistä ja ei-inhimillistä yhteistoimijuutta. Toisinaan vallitsevat olosuhteet, kuten muuttuva sää, pääsevät kuitenkin yllättämään myös toiminassaan taitavia ja hyvällä välineistöllä varustettuja harrastajia.

Sään muuntuvuutta ja sen eri olosuhteita, esimerkiksi tuulta, voidaan myös pyrkiä hyödyntämään vetouistelun toimissa. Perinteisin tapa on kalastaa tuulen alapuolella. Tuulen alapuoleisessa vesistössä tuuli painaa vettä vasten rantoja. Tällöin vesistöön muodostuu keinotekoinen ylipaine. Tästä johtuvan vedenpaineen kohoamisen uskotaan aktivoivan kaloja. Selkävesillä uiskentelevat pikkukalat ja niiden perässä olevat isommat saalistajat ajavat myötätuulen synnyttämällä aalloilla päätyen rantaan tuulen alapuolelle. Niin ikään syvänteiden reunamat pitävät tuulen tuomia pikkukaloja ja niitä saalistavia petokaloja poteroissaan. Tavanomaisina tuulen alapuolisena vetouistelun strategiavaihtoehtona on pyytää joko syvänteiltä tai rannoilta.

Kilpailun tapahtumapaikka, vesistö, muuntuu vuodenajan, kuukauden tai jopa vuorokauden aikana. Erityisesti sää ja sen eri muodot muuttavat vesistön olo-muotoa. (Valtonen et al. 2009.) Vesistö voi muuttua esimerkiksi tuulen vuoksi silmänräpäyksessä tyvenestä myrskyisäksi. Niin ikään tietyn vuodenajan sisällä, esimerkiksi kesän aikana, vesistöä ympäröivä sää voi vaihdella lumisateesta helteeseen. Sää eri muodoissaan (mm. sade, aurinkoinen, tuuli) on ei-inhimillinen kokonaisuus, joka määrittää uistelua ja antaa myös tarkoituksenmukaisuutta siihen liittyville materiaalisille tuotteille. Sää määrää moottorivetouistelua ja sen kilpailutoiminnan käytäntöä: onko mahdollista kalastaa, missä on mahdollista

kalastaa, minkälaista kalastustoimintaa on mahdollista suorittaa tai mitä kalastusvälineitä tai vaatetusta voi tai tulisi käyttää? Voidaankin sanoa, että kilpailijoiden mahdollisuus varautua ja sopeutua ympäristön tuleviin muutoksiin riippuu kyvystä muodostaa käsityksiä tulevasta säästä.

Osaavalle uistelijalle pitkä, kuuma kesäpäivä ei ole ihanteellinen. Aurinkoa ottavan lomailijan hyvä sää ja hyvä kalapäivä kohtaavat harvoin toisiaan. Aurinkoinen päivä miellyttää lomailijan tavoin vetouistelukilpailun järjestäjiä ja tapahtumassa vierailevia ihmisiä, mutta ei sitotuneita uistelijointa. Korkeapaine ja kuuma lämpötila estävät pilvien kertymisen taivaalle tehden veden valoisaksi ja kalan araksi. Ne nostavat myös veden ilmanpainetta. Lisäksi lämpimän ilman aiheuttava vedenpaine vie kaloja yhä syvemmälle. Kalat ovat haluttomia liikkumaan. Voisi sanoa, että kalojen leuat ovat menneet lukkoon, tai uskomusten mukaan ne vaihtavat hampaitaan. Tämä tarkoittaa sitä, että moottorivetouistelijoiden on haettava saalista vesien syvyyksistä. Kilpailijat käyttävätkin syvätakiloita saadakseen pyynnöt edes haluttujen kalojen lähetyville. Kalat ovat syvyyksissä säikähtäneitä ja hakevat rauhaa viileästä vedestä. Moottorivetouistelijoiden uskomusten mukaan tällöin tulee käyttää vieheitä, jotka ovat hitaasti potkivia tai pyörähteleviä, eivät liikkeiltään turhan nopeita. Vieheet on säädetty hitaasti uiviksi, ja veneen vetonopeus on hidas, mikä ärsyttää kalaa ja antaa myös sille aikaa iskeä.

Uistelijalle kuuma kesäpäivä ja ilman piirteet tekevät kisakäytännöstä työteliään: yhdenkin kalan saaminen on vaikeaa. Uistelussa sekä vene että kisakäytäntöä toteuttavat uistelijat ovat liikkeessä lämpötilan ollessa korkealla. Tämä kuluttaa energiaa, sillä uistelijat muuntavat ja suuntaavat liikettään veneen liiketilassa toteuttaen kalastuksen toimia. Kilpailujen kestäessä kuudesta kahteentoista tuntiin on toiminta erittäin uuvuttavaa. Selviytyminen edellyttää nestetasapainosta ja ravinnon saannista huolehtimista. Moottorivetouistelijoiden materiaaliset käytännöt, kuten pukeutuminen, ovat avainasemassa. Vaatteiden on oltava kevyitä ja hengittäviä, silti niiden tulisi olla suojaavia. Käytäntö on kaikkea muuta kuin helppoa. Kesän polttavat auringonsäteet ovat petollisia, toimiihan vedenpinta säteitä vahvistavana venetsialaisena peilinä. Suorat ja reflektoituvat auringonsäteet voivatkin käristää varomattoman vetouistelijan.

Uistelussa pahin kesäsää on ukkonen tai myrsky. Vetouisteluveneissä uisteluavat ovat telineissä kohti taivasta. Ukonilmalla niistä voi muodostua eränläisiä ”salamamagneetteja”. Harrastuslehdissä onkin joka vuosi kuvia siitä, miten pahaa jälkeä syntyy kun salama iskee. Myrskytuulien nostattamat isot aallot voivat puolestaan uhata moottorivetouistelijoiden henkeä esimerkiksi kaatamalla uisteluveneen, ohjaamalla veneen rantakivikolle tai pudottamalla yksittäisen miehistön jäsenen veden varaan. Moottorivetouistelijoiden yhtenä tärkeimpänä syynä ”lukea” tai ennustaa säää onkin turvallisuus, aivan kuten muilla luonnossa toteutuvien tapahtumien toimijoilla, esimerkiksi oppailla (ks. esim. Rantala & Valkonen 2011). Huono sää, kuten kova tuuli tai sade, voi haitata uistelua tai jopa rajoittaa tiettyjen kalastustoimien toteuttamista. Uistelussa

hyvä sää asemoituu johonkin idyllisen aurinkoisen rantapäivän ja huonon sään välimaastoon.

6.2.2 Pinnan päällä: tyvenestä tyrskyyn

Isäni ja minä kävelemme pienen ylängön päällä sijaitsevasta vuokra-kelomökistä läpi harvalukuisen mäntymetsän, alasviättävää kinttupolkua pitkin. Aamuinen kirpeä syysilma iskee sieraimiin tuulen suhistaessa männyn oksien läpi. Tuntuu aika makealta. Mäntymetsän loppuessa myös mustikkametsämäinen maaperä muuttuu turpeiseksi kuivien heinäkorsien peittämäksi mättäiköksi. Olemme saapuneet Kitkajärven Himmerkinlahden ranta-alueelle. Rantaruovikon keskellä erottuu veneemme ja myös muutama muu seuran jäsenen vene. Astelen kohti venhoa. Rantapenkere on pehmeän savimainen, kumisaappaat tahtovat jäädä askelten yhteydessä sen vangiksi. Seisahdun ja katson avautuvaa lahtea ja edessä siintävää järveä. Kauempana isompien mökkien hiekkarantaisilla edustoilla näkyy veljeskuntalaisten isompia veneitä.

Kotvan kuluttua saamme seuraksemme rannalla olevien muiden veneiden miehistöjä. Vaihdamme sanan niitä näitä, mutta pian jutut kääntyvät päivän koitokseen, alkavaan seuran taimenmestaruuskisaan. Tarkempaa tietoa päivän sääennusteesta ei ollut, sillä tv:tä tai internet yhteyttä ei ollut käytettävissä. Tiedonpuute on huolestuttavaa, sillä emme saa säänlukemiseen tukea ennustuksista, olemme omillamme. Tämä lisää uistelun riskiä, voihan esimerkiksi yllättävä ja nouseva tuuli aiheuttaa ongelmia, varsinkin järven seljällä. On siis syytä olla tarkkana.

Varhaisen aamun sumupilvet olivat haihtuneet auringon lämmön myötä. Nyt korkeammalla sinisellä taivaalla näkyy palleropilviä, pilviosasia, jotka näyttävät ojennetun käden päästä katsottuna alle sormen levyiseltä. Hieman matalammalla näkyy myös mosaiikkimaisen ohuita hattaramaisia hahtuvapilvien muodostelmia. Tällaisesta pilvikokonaisuudesta on vaikeaa tehdä johtopäätöstä, siitä jatkuuko pouta vai rupeaako satamaa. Sen tietää ja näyttää varmuudella vain aika. Hieman alle 10 °C lämpötila enteilee kuitenkin hyvää.

Kisassa on tunnin mittainen siirtymälähtö ja sen alkuraja alkoi jo häämötellä. "Se on teillä ensimmäinen kerta Kitkajärvellä, eikös?" J. kysyi isältääni ja minulta. "Juu, näin on päässyt käymään", vastasin molempien puolesta. J. nyökkäili itseksensä ja tovin kuluttua hän alkoi virkkomaan: "Se on vähän hankala tämä Himmerkinlahden perukka. Aika leveähän tämä on, mutta näin matalan veden aikana siellä on muutamia nippa-nappa vedenpinnan peittämiä piilokareja". "Niin, ja keskellä on karien lisäksi yllättäviä hiekkamatalikkoja", jatkoi J:n vierestä A. "Näin on, ja matala jatkuu aika pitkälle järvelle, ennen kun alkaa kunnolla syvetä", puheenvuoro oli jälleen J:llä. "Ehdottomasti pitää ajaa oikeaa rantaa pitkin, melkein niin läheltä että pelottaa." sanoi A. kokeneen kuljettajan äänenpainolla ja oikeutuksella. "Tehän voisitte tulla meidän "peesissä" tuon alkupätkän?", kysyi J. "Ehdottomasti!", kuului viereltäni isäni vastaus.

Huruttelimme hiljaa J:n ja A:n veneen perässä. Syvyyden lisääntyessä järven veden väri alkoi muuttua alun tummasta ja sameasta läpikuultavaksi ja kirkkaaksi. Oli vaikea uskoa epäsovia silmän kertoman veden pohjan syvyyden ja kulkutuomien määrittämän mitan välillä – kivikkoisen pohjan näytti olevan niin lähellä, aivan kuin käsin kosketeltavissa, vaikka se olikin usean metrin päässä.

”Turvallisilla vesillä, eikä vain kireitä hermoja!”, huutaa J. ja heilauttaa meille kättään. Samaan aikaan A. vetää kaasuvivun ”hanikat kaakkoon”. Vene ammah-taa eteenpäin ison moottorin hevosvoimien työntämänä, jättäen suuret kuohuvat aallot taakseen. Veneemme keikkuessa peräaalloissa isäni alkaa myös nostamaan moottorin kierroksia ja nopeutta korkeammalle. Pian veneen keula alkaa nousta plaaniin, liukuasentoon. Auringon säteiden heijastuessa kirkkaasta vedestä silmiimme, suuntaamme kohti aavaa...

Edellinen ote ilmentää, kuinka idyllisissä ja yhteisöllisissä merkeissä vetouistelu-kilpailupäivä voi alkaa. Ote nostaa esiin myös sen, kuinka vesistön sisäiset erot, tässä tapauksessa rannan ja syvemmän vesistön välillä, ovat selkeät. Kun veden väri muuttuu sameasta kirkkaaksi, myös pohjan olomuoto muuttuu savimaisesta kivikkoiseksi. Vesistön pohjanmuoto vaikuttaa paitsi uisteluveneen ohjaukseen myös vedessä oleileviin kaloihin – rannan mutakossa eivät jalokalat viihdy. Vesistön muutokset ulottuvat myös ympäröivään maastoon. Rannan läheisyyden mätymetsäalue mustikan varpuineen ei ulotu aivan rannan läheisyyteen, vaan puusto muuttuu lehtipuiksi. Lehtipuutkin hälvänevät rantapenkereelle saavuttaessa, jossa kasvillisuus on mättäikköä sekä korsikasveja.

Idyllisiä olosuhteita on havaittavissa myös kuvasta 31., joka on otettu poutai-sesta ja miltei täysin tyvenestä Inarijärvestä. Kuva ilmentää myös Inarijärven laa-juutta; katse ei kykene vangitsemaan sen päättymistä, vaan horisontti jatkuu ja jatkuu. Sitä voidaan pitää eräänlaisena sisämerenä, ja sen eri olomuotojen voimia onkin syytä kunnioittaa.



KUVA 31. Poutapäivä Inarijärvellä (kuva Kaisa Sirén).

Tutkittavan seuran jäsenille Lappi-Cupin kilpailut ja kalastuskauden kilpailutoiminnan päättävä seuran oma taimenmestaruuskilpailu ovat merkittäviä sosiaalisia tapahtumia ja tilaisuuksia osoittaa venekunnan taitoja (Markuksela 2009). Lappi-Cupin kaltaisessa, useasta osakilpailusta koostuvassa, kokonaisuudessa menestyminen vaatii tasaisia kisatuloksia varsinkin jos kilpailuvoittoa, niin kutsuttuja täyspotteja, ei kerry. Säilyttääkseen mahdollisuuden onnistua kokonaiskilpailussa moottorivetouistelijat ovatkin valmiita kisaamaan miltei kisassa kuin kisassa, satoi tai paistoi, oli tyyntä tai tyrskyistä.

Lappi-Cupin kilpailut ulottuvat kesäkuusta syyskuuhun, ja seuran sisäinen mittelo ajoittuu syys-lokakuun vaihteeseen. Näin laajan aikavälin vuoksi kalastajat kokevat todennäköisesti lappilaisen sään laajan kirjon – viileästä lämpimään ja helteestä jääkylmään – ja vesistöjen ja toiminnan muuntuvuuden. Seuran omien jäsenten väliset mittelöt konkretisoituvat kaukana seuran kotikaupungista Rovaniemestä, esimerkiksi Inarijärvellä tai Kitkajärvellä. Niihin matkanneet haluavatkin päästä vesille. He ovat valmiita ottamaan riskejä ja menemään vesille huonojen olosuhteiden vallitessa.

Kilpailevat uistelijat jatkavat usein aktiviteetin toteutusta varsinaisen virallisen kilpailukauden jälkeenkin, kuten kuva (32.) sen myös osoittaa.



KUVA 32. Talvisissa olosuhteissa vesille.

Kuva on otettu Inarijärveltä, ja kyseessä on kauden viimeisiä kalapäiviä. Lumi on jo tullut maahan ja järvikin on jo osittain jäässä, veneestä puhumattakaan. Uistelijan tekee silti mieli vesille – vilu ei pelota vetouisteluun vihkiytynyttä. Tällaiset kilpailevat uistelijat ovat valmiita joustamaan omista mukavuusalueistaan lajikäytännön nimissä. Voidaankin tulkita, että tällöin he eräällä tapaa kilvoittelevat luonnon karujen olosuhteiden kanssa. Seuraavaksi ote kilpailun sisällä tapahtuvista sääolosuhdemuutoksista.

Pääsimme ajamaan varsin reipasta matkavauhtia noin 2–3 kilometrin verran. Veneilykartan ja maamerkkien mukaan olimme ohittaneet jo Kumpukarin ja päässeet haluamaamme määränpäähän Yli-Kitkan Hietasalmen edustan syvälle. Paikkaan josta löytyisi reilusti yli kuusimetristä vesistöä ”vedettäväksi”. Etäältä näkyi uisteluveineitä, kalapaikkavalinta on miellyttänyt myös muutamaa muuta seuran jäsentä. Olemme siis oikeilla vesillä.

Vehkeiden vesille laitto sujui ongelmattomasti, sillä sää ja vesistö olivat meille suosiollisia. Veneen tuulimittarin lukema vaihteli 2–4 m/s välillä, oli kevyen tuulen aika. Veden pinta on kevyen tuulen ansioista riittävästi ”rikki”, jotta pinnan läheisyydessä olevat kalat eivät säiky ja veneellä on helppo ajella, niin myötäkuin vastatuuleen. Tällainen tuuli ei myöskään pussita siimoja ja vaikeuta siltä osin kalastamista. Tätä voisi kutsua helpoksi uisteluksi. On aika luottaa tehtyihin viehevalintoihin, laskea ne veteen ja odotella mahdollisia tulevia tapahtumia...

Ilman lämpötila on noussut 14 °C asteeseen. On lämmin ja käynkin vaivalliseen kelluntapuvun riisumisoperaatioon, alla olevat GORE-TEX®-housut ja kevyt fleece riittäisivät. Riisumisen jälkeen istahdan hivenen hengästyneenä takatuhdolle ja eksyn hetkeksi seuraamaan yllä kiertävien kumpupilvien näyttäviä kuvioita, tuohan näyttää ihan sydämeltä. Mitähän sitä kotikaupunkiin kuuluu?...

Parin tunnin mittaisen tyhjän vetämisen jälkeen ja uusien vieheyrityksien jälkeen alkaa tapahtua yllättävän pikaisia muutoksia. Ei kalatapahtumissa, vaan säässä ja vesistön ilmiössä. Kitkajärvi on kooltaan Suomen 20. suurimman järven joukossa ja näköyhteys seljältä on pitkä. Kaukana etäällä ilmenee hämmästyttävä näky, suuri sienimäinen pilvimuodostelma. Sen korkea keskusta nousee ylös ja ”hatun lierien” reunat laskevat molemmille sivustoille osittain symmetrisesti, kokonaisuus muistutti etäisesti Saana-tunturia. ”Pilvihatun” keskellä sienien ”jalan” muodostama harmaa kaistale on maahan ulottuvaa sadetta ja pilvien reunoilta näkyi rihmastoa, sadejuovaa, joka ei ulottunut maahan asti...

...Tuuli oli voimistunut voimistumistaan jo puolen tunnin ajan, mittari näyttää nyt navakkaa 6–7 m/s. Uudelleen päälle pukemani kelluntapuku suojaa vartaloani, mutta tunnen tuulen vastoin kasvojani ja kuulen sen ujelluksen korvissa. Yllämme olevat pilvet alkoivat kasvaa tuulen myötä korkeiksi tornimaisiksi tummeneviksi laajoiksi laatoiksi. Hitto, nyt voi kohta sataa – ja rankasti.

Etenevien aaltojen puhaltaessa tyynen vedenpinnan yllä syntyy veteen myös pyörteitä. Tuuli pääsee tarttumaan näihin ”ryppyihin” ja alkaa kasvattamaan niitä. Pienet aallot ovat aluksi jyrkkiä, ne eivät murru, mutta ne alkavat kasvaa pituutta; nopeammin kuin korkeutta. Arvioin aaltojen olevan 0,7 m korkeita ja niiden harjoilla on valkoista vaahtoa. Ne ryttyyttävät vedessä kulkevaa venetämme. Alentunut ilmanpaine oli muuttanut kumpupilvet kuuropilvimäisiksi ja horisontissa alkoi muodostua laajan sadepilven enteitä. Samassa ensipisarat alkasivat soljua taivaalta.

Pienet sateet ja aaltojen töyssäykset eivät sinänsä ole miellyttäviä puitteita uisteluun, mutta veneen oikeanlaisella varustuksella ja olosuhteisiin valitulla tarpeistolla (esim. veneen koolla ja hytillä, kelluntapuvuilla, GORE-TEX® -kengillä) kalastaminen mahdollistuu. Sade onkin sään muoto, jota tosiuistelijat itseasiassa kaihoavat. Onhan se tila, joka ei houkuta vähemmän innokkaita ja taittamattomia uistelijoita samoilte kalavesille. Tyrskyt pahenevat joskus rajuilmaksi asti. Tällöin veljeskunnan uistelijat pyrkivät varmistamaan toistensa olinpaikan ja turvallisuuden – auttamaan kavereita. Seuraavaksi ote tyrskyssä ja rajuilmassa uistelemisesta.

Vettä tulee taivaan täydeltä. Hyttimme oven ikkunaan kiinnitetty tuulilasinpyyhin yrittää vikisten tehdä työtänsä, siinä onnistumatta. Kuljettajalla on nyt miltei olematon näköyhteys suoraan eteenpäin. Tämän vuoksi minun on kaatumisen riskilläkin seisottava tukitankoon nojaten ja tähyillä tulevia koitoksia – toimia toisen silminä. Tuuli oli yltynyt kovaksi; 9–10 m/s voimakkuudella puhaltava tuuli ja sen nostattamat aallot tekevät kalastamisen vaikeaksi. Veneen lähellekin vedetyt plaanarikelkat kaatuilivat keikkuen. Ne eivät kerta kaikkiaan pysy pinnalla, näky muistutti jotensakin vetoköyden päässä olevaa taitamatonta vesihiihtäjää. ”Tämä on hyödytöntä, otetaan kelkat ylös vedestä ja vedetään vain takiloilla”, sanoi isäni.

”Aloin pyöritellä veneen hytin kyljessä olevaa kampea saadakseni kelkat veneeseen, kampi ei suostu pyörimään, mitään ei vaan tapahdu. ”Ei ne vain tule, en jaksa”, puuskahdan isälle”. ”Yritän ajaa kohti niitä, niin saadaan naruun löysää, jota voit siten kelata helpommin sisään”. Isäni jatkaa ”Otetaan ekaksi tämä minun puoli, valmiina?”. Temppe tuntuu toimivan, vähän kerrallaan kelkka lipui ja pomppi venettä kohti, siltikin isoista aalloista johtuen se oli vielä työlästä ja vaikeaa.

...Lopulta onnistun saamaan molemmat takilakelkat veneeseen. ”Huh, nyt kyllä olen ansainnut hetken lepotauon!”, ajattelen. ”1,5 metriä, matalikko!”, isäni huutaa. Liian myöhään, pohjatärppi on tosiasia ja oikein kaksin kappalein. Nostan harmitellen takilojen kuulia ylös. Vapojen keloista valuu ulos siimaa. ”Tällä kelillä ei voida yrittää vaappuja pelastaa, ei muuta kuin siimat poikki”, isä tokaisee. Nousen pystyyn, pidän yhdellä kädellä kiinni takakaiteesta. Horjuen tapailen toisella kädelläni vyötärölläni oleva puukkoani. Tämä uhraus on tehtävä, perustelen itselleni. Viilto ja toinen: siiman pätkät ja vaaput häviävät lopullisesti veden vehmaan. Jep, jep, niinpä. Nyt tekisi mieli kirvata.

Ennen kun kerkeän päästää voimasanoja ilmaan, soi kännykkäni kelluntapuvun taskussa. Istahdan takaisin tuhdolle. Lasken puukkoni kädestä ja painan esiin kaivamani vedenpitävän puhelimen vihreää namikkaa. Kuulen toista päästä ”Halojata, se on A. tässä. Missäs pojat on?” Vastaan kysymykseen: ”Täällähän me seljän laidalla, on muuten aika paha keli”. ”Ja aina vain pahenee”, kuuluu puhelimesta. ”Me ollaan jo J:n kanssa Himmerkissä! Mökkikylän isäntä tiesi kertoa, että on luvassa myrskyä!”, A. sanoo kireästi ja jatkaa ”P:n pikkuvenerkin upposi, onneksi

ihan tuohon rannan liepeille ja se pääsi vielä rantaan – nyt joutuin pois sieltä!” Puhelun päätteeksi A. lisää: *”Ajelkaa tuulen alapuolta rantoja myöden ja hakekaa suojaa myös saarista”. Suljen puhelimen ja selvitän tilanteen isälleni. ”Olipa hyvää että soittivat!”*, totesi isä, kääntäen veneen keulan kohti majapaikan lahden suuntaa.

Ohitamme Hangassaaren, joka toimi hetken aikaa aallonmurtajana. ”Nyt alkaa sitten se pahin paikka”, isäni sanoo. Tyydyn vain nyökkäämään, sillä pelkään ääneni murtuvan ja paljastavan pelkoni. Tiedän mistä isä puhuu, olemme yrittäneet vähitellen valmistautua edessä olevaan kilometrin matkaan. Etappiin, jolloin tuuli pääse puhaltamaan esteittä koko seljän mitalta. Tämä tulisi innostamaan sekä aaltojen kestoaikaa että pyyhkäisymatkaa, ja siten myös aallokon korkeutta.

Tuulen ja aaltojen voimakkuuden tuntee heti kun emme ole enää saaren huomassa, joudumme suoraan ristiaallokkoon. Aallot iskevät sekä veneen vasemman laitaa ja keulaan, mutta myös toisiinsa. Sen tuloksena 4,6 m pitkä Buster veneemme heittelee kuin Mikin kaarnalaivaa konsanaan. Vaikuttaa kuin se menisi nurin, hetkenä minä hyvänsä. Ihminen tuntee itsensä varsin pieneksi luonnonvoimien edessä. Puristan tankoa rystyset valkoisena. ”Hiuli hei, huolta nyt ei, merimies käy näin...” laulun sanat singahtavat jostain sielun syövereistä tajuntaani. ”Eikö? Tämä merimies tuntee kyllä huolta! Pohjaanko tässä piti päätyä?”...

Kuin ihmeen kaupalla huomaamme olevan tuntia myöhemmin Himmerkinlahden suulla. Sen molemmilla sivustoilla ovat maakaistaleet ja puusto tyynnyttävät järven käyntiä oleellisesti. ”Nyt voi jo huokaista!”, tokaisen äänen. Meitä molempia alkaa naurattamaan. Lähtörannan jo hämmöittäessä lakkaa moottori yhtiäkkiä toimimasta. Hetken hämmästelyämme huomaamme, että yksi katon telineissä oleva vapa on taipunut voimakkaasti taaksepäin ja vavan siima vietti suoraan kohti potkuria. Pahuus, tuuli on vienyt siiman potkurin ympärille. Katson vavassa olevaa kela, 7000:sen Abun siimavarat olivat puolillaan. 200 metriä siimaa on siis kiertynyt potkurin väliin. ”Tuo ei kyllä änähdä mihinkään, ennen kuin potkuri on käytetty irti”, ajattelin. Isäni sammutta moottorista virran. ”Mitä jos tämä olisi käynyt seljällä? Huh-Huh, moukan tuuria!”. Kumpikaan ei kaipaa ääneen lausuttuun vastausta.

Päästääksemme rantaan alan työnnellä veneen keulasta venemelalla; nojaan voimakkaasti käsillä taakseenpäin, käyttäen samalla myös jalkojani apunani. Vene lähtee liikkeeseen sutjakasti. Niin nopeasti, että vene myös karkaa jalkojeni alta ja huomaa kaatuvani tukin lailla veteen. Päästyäni pinnalle lähden uimaan, pelastuspuvun kannattelemana, rantaan liukuvan veneemme perään. Noustuani maille kuulen korviini kymmenen uistelijan naurun remahduksia. ”Kalatohtori, ei sinusta kondolieeriä ainakaan taida tulla, edes tekemälläkään!” tokaisee A. Hän jatkaa: ”Sauna on muuten lämmin”. Hetkeä myöhemmin kävelskelen litimärkänä ja vettä tippuen kohti saunaa. Tunnen aaltojen vaikutuksen viettävän jalkojani, kävely on hivenen vaikeaa. Tuntuu kuitenkin niin hyvältä tuntea kiinteää maata jalkojen alla...

Säämuutoksesta aiheutuvasta yllättävästä tyrskystä, tai jopa myrskystä, selviäminen on monesta asiasta riippuvainen. Tulevan sään arvioimisen ja sään lukemisen taidon ohella on olennaista se, kuinka riskialttiseen vesistötilaan uisteleva venekunta, joko tietoisesti tai tiedostamattaan, *kilpailussa*-osatehtävän toteutuksessa asettuu. Tietyn vesistön kunnan kalapaikat saattavat sijaita sellaisilla alueilla, jotka eivät tarjoa uistelijoille suojaa myrskyn alla. Ne voivat sijaita myös kaukana turvallisesta paikasta, kotisatamasta.

Venekunnan jäsenten taidot, vaikkapa aaltojen lukeminen ja veneen ohjaaminen, lisäävät mahdollisuutta ottaa riskiä kisataktiikassa. Riskinottoon voi liittyä myös ei-inhimilliset tekijät, kuten veneen koko. Isommat veneet kestävät paremmin vesistön rankempaa käyntiä. Isommissa veneissä mahdollistuu kilpailukäytännön toteuttaminen vaikeissa olosuhteissa. Tekemään asioita tilanteissa, joissa pienemmät veneet, edes taitavien toteuttajien kourissa, eivät kykene toimimaan. Uistelija-yhteisön jäsenten rooli onkin merkittävä turvallisuutta edistävä tekijä. Toimivassa veljeskunnassa kokeneemmat jäsenet opastavat ja varoittavat kokemattomampia, sekä omaan että toisiin venekuntiin kuuluvia uistelijoita. Venekunnat ohjaavat toimia myös kumulatiivisesti omalla tekemisellään, kuten valitsemillaan pyyntipaikoilla ja veneen ajolinjoilla. Nämä tekemisen toimet voivat tarjota toimintamallia: ”mennään sinne kun tuokin menee”. Liiallinen riskinotto esimerkki voi olla vaaraa aiheuttava, joko mallia näyttävälle tai kumulatiivisesti toisille, sillä sanonnan mukaisesti ”ken tuulta kylvää, hän myrskyä niittää”. Yhteisöllisillä uistelijoilla on tapana myös avittaa parhaimman kykynsä mukaan apua tarvitsevia, huonolla tai hyvällä säällä, jopa oman kisanenestyksen kustannuksella. Esimerkiksi hinaamalla moottoririkon saaneita uistelijoita. Niin ikään yhden venekunnan toimien sisällä tapahtuvat jäsenten toisiaan tukevat teot ja sanat ovat merkityksellisiä, niin myötä- kuin vastavirrassa.

Venekunnan suoriutuminen rankoissa ja vaikeissa olosuhteissa ei ole pelkäämään muuttumatonta toimintaa, vaan uistelun rutiinit edellyttävät joskus totutun syrjäyttämistä (override), oppimaan luovimaan yllättävissä tilanteissa ja tekemään täysin uusia ratkaisuja (Barnes 2001; Hindmarsh & Pilnick 2007). Uudet ratkaisut voivat pohjautua tietoiseen päätökseentekoon tai hetken impulsiiviseen toimintaan. Impulsiivinen toiminta voi poiketa oikeasta, rutinoituneesta, tavasta tehdä. Seuraavaksi ote käytännön toimen impulsiivisesta toteutuksesta.

*Kala on lähellä. Olen asettanut haavin puoliksi veteen, olen valmistautunut haavitsemiseen. Nyt haavi on kalan alla. Vedessä oleva haavi on painavampi kuin osasin odottaa. Saan merkin ja aloitan noston. Samassa vene heilahtaa yllättävästi aallon viemänä. Haavitseminen jääkin puolinaiseksi, osa kalasta jää haavin ulkopuolelle ja kalan suussa oleva viehe irtoaa. T., väsyttäjä, parkaisee ”P****e, nyt se pääsee karkuun!”. En kerkeä ajattelemaan, keho toimii itseohjautuen. Hetken mielijohteesta käytän haavia kuin lapiota, kuopaisun jälkeen, heitän hiekan sijaan kalaa hartioideni yli. Vippaukseni jälkeen vilkaisen pelonsekaisesti*

taakseni. Hullu yritykseni onnistuu, taimenen lentorata päättyy veneeseen. Se osuu venettä ohjaavaan R:n selkään, josta se kimmahdaa sätkimään veneen lattialle. Riemunkiljahduksien jälkeen T. puistelee päätään ja katsoo minua silmiin ja kysyy ”Mikäs se tuo oli?”. Pää tyhjänä puuskahdan ”Olisko se ollut sellainen käänteinen katapultti?”...

Rutiinit, niiden muunnokset sekä aivan uudet toimet voidaan toteuttaa hyvin tai huonosti (Barnes 2001) ja niiden tuloksena käytännön teot voivat onnistua tai epäonnistua. Kisan aikaiset vaikeudet tai kilpailussa epäonnistuminen voi aiheuttaa myös käytännön taitoon liittymättömästä huonosta onnesta, esimerkiksi moottorivetouistelijoiden tarpeiston (mm. moottori, elektroniikka, kalastuslaitteisto) hajoamisesta.

Lappi-Cupissa vesistömuodot, palvelumaisemat, vaihtelivat monivuotisen kenttätöiden aikana (mm. joki, järvi, merenkurkku, tekojärvi). Kuten jo aiemmin totesin, niin eri vesistömuotojen väliset ulkoiset eroavaisuudet ovat huomattavat. Vesistöt, kuten joet ja järvet, in situ, ovat sisäisesti heterogeenisiä. Moottorivetouistelukilpailukontekstissa jokien kohdalla on löydettävissä yhteinen piirre. Kaikkia jokia ympäröi penkat. Edes kovien tuulien aikana olosuhteet esimerkiksi tyrskyt eivät muodostu liian vaaralliseksi uisteluveneille. Toisin on laita järvien kohdalla. Isoilla aavoilla tuuli, ilmanpaine ja aallot kykenevät iskemään veden pinnalla matkaavia uisteluveneitä täydellä voimallaan. Tällaisissa olosuhteissa uistelija kokee oman voimattomuutensa luonto-olosuhteiden rinnalla. Ilman äityessä pahaksi suurikin vene on voimaton – täysin virtojen ja aaltojen vietävissä (kuva 33.). Kuvassa (33.) olevan veneen isossa moottorissa on toimintahäiriö ja veneen apukone ei kykene vastustamaan valtaisia aaltoja ja vene uhkaa päätyä vasten rannan kivikkoa. Rannan toimijuus on kaksijakoinen, yhtäältä rantapenkka suojaa uistelijoita aaltojen mahdilta, toisaalta se voi uhata liian lähelle tulevia uistelijoita.



KUVA 33. Virta ja aallokko vie.

Vetouistelun käytännössä vesistö (esim. joki tai järvi) on se tila, jossa kilpailukäytäntö toteutuu (ks. de Certeau 1984; Schatzki 2002). Toisaalta mikään vesistö ei kokonaisuudessaan ole kilpailullisesti hyvä kalastuskonteksti, joka paikasta ei vain nappaa. Yksittäisen vesistön sisältä on löydettävissä kuitenkin tiettyjä kuumia alueita (hot spot) – kunnon kalapaikkoja. Mikäli vesistössä on tietylle kalastuskäytännölle runsaasti kunnon kalapaikkoja, voi kokonainen vesistökin muuttua neutraalista objektitilasta kulttuurilliseksi paikaksi (Casey 2001). Eräs tällainen vesistö on Kilpisjärvi. Rikkaasta rautukannasta johtuen siitä on muodostunut viime vuosina moottorivetouistelijoiden, ainakin pohjoissuomalaisen, keskuudessa potentiaalinen aktiviteetin mekka. Niin ikään Kilpisjärven pinnanpäällisen maiseman kasvot ovat jylhän kauniit. Tutkimuksen kohteena olevan veljeskunnan jäsenet ovat olleet merkittävässä roolissa Kilpisjärven uistelullisessa löytämisessä ja sen tutuksi tekemisessä. Kuva (34.) antaa kasvot tai ilmeen Kilpisjärven vedenpäällisistä maisemista ja ja tyvenestä vedestä (ks. Relf 2004), joita kilpailevat uistelijat kuluttavat.



KUVA 34. Kuvankaunis päivä Kilpisjärvellä.

Kilpisjärvi ei kuitenkaan ole aina kuvankaunis. Sen muuttuva luonne tuli hyvin esille vuoden 2012 Rautu-uistelun Lapin mestaruuskisan ja Lappi-Cupin osakilpailun yhdistelmässä. Päivien välillä oli suuria eroja. Yhtenä päivänä oli lämmintä ja poutaista – valitsi kilolasikeli. Taivas oli tumman sininen, muutamaa hassua, vienon tuulen kuljettamaa pilvenhattaraa lukuun ottamatta. Toisena päivänä järvi oli täysin erilainen. Paksut, harmaat pilvet olivat laskeutuneet todella alas, ne peittivät jopa Saana-tunturin laakeapäisen huipun puolivälistä ylöspäin. Ilma oli ankean harmaa ja viileä. Järvellä oli myös kova tuuli, ja aallokko oli sen mukainen. Norjan puoleiset sääennusteet arvioivat tuulen nousevan jopa 13 metriin

sekunnissa. Onneksi tämä ennustus ei toteutunut. Ankeasta ilmasta huolimatta tuolloinkin vesillä oli varsin runsaasti veneitä osallistumassa kalastuskilpailuun luonnon palvelumaisemassa.

Palvelumaiseman (mm. Bitner 1992) teoretisointi on laajentunut koskettamaan erilaisia rakentamattomia luonnon ympäristöjä, kuten jokea (mm. Arnould & Price 1993) tai metsää (Rantala et al. 2011). Tämä on varsin ymmärrettävää, sillä eiväthän esimerkiksi eri tuoksut, tunnot, äänet tai visualisoinnit rajoitu pelkästään sisätiloihin, vaan ne ovat suuresti läsnä luonnon tiloissa. Ihmisen rakentamat ympäristöt, kaupat tai kaupungit, sijaitsevat myös enemmän tai vähemmän luonnon sateenvarjon alla. Vesistön kohdalla palvelumaisemallisuus toteutuu esimerkiksi vesistömatkailussa, aktiviteeteissa, jossa oleskelu vedessä (mm. sukellus, uiminen), veden päällä (mm. kalastus, melonta, purjehdus) tai veden äärellä (mm. kalastus, majoitus, mökkeily) on matkailijan päivätetken tai yöpymisen päätarkoitus (Hentinen 2008). Vesistömatkailua voidaan tarkastella myös monista näkökulmista, kuten vesielementin kannalta (mm. joki, koski, järvi, meri), toiminnan mukaan (mm. lajimuoto, lajin toteuttamisen luonne [mm. virkistys, vakava harrastaminen]) tai välineen kannalta (mm. kanootti, purjeverene, motorisoitu vene) (mt. 2008).

Aktiviteettiin vakavasti suhtautuvien moottorivetouistelijoiden vesistöön sijoitettavaan kalastusmatkaan voi sisältyä erilaisia osatekijöitä, kuten majoitus, ruokailu tai kalaopaspalvelut (mm. Markuksela 2009). Tutkittavan yhteisön jäsenet ovat omaehtoisia toimijoita. He opastavat toinen toisiaan toimimaan tietyssä vesistöpalvelumaisemassa ja tietyissä olosuhteissa. Opastus pohjautuu muun muassa käytännön kokemukseen ja kulttuurisen poolin tietoon. Käytäntö siis jäsentää sitä kontekstia, vesistöä, ja siinä toimimista – niin tyvenessä kuin tyrskyssä. Toistuvat käytännön kannalta staattiset tai muuttuvat epämukavuuden jaksot voivat aikanaan alkaa määrittää tiettyyn palvelumaisemaan liitettöjä kulttuurisia merkityksiä. Niistä tulee kulutustapahtuman häiriötekijöitä ja palvelumaiseman stigmatisoijia tehden niistä harmittavia anti-paikkoja. Uistelijat ovat käytännössään *aistitusten muuttuvan (tai lyhytaikaisesti muuttumattoman) vesistöympäristön kanssa*. He tuntevat konkreettisesti lämmön tai tuulen, mutta heidän on myös opittava tuntemaan aktiviteettiympäristöään nykyhetkeä laajemmin pystyäkseen osaavaan toimintaan.

Lappilaista muuttuvaa vesistöä voidaan pitää suhteellisena tilana. Sillä on esimerkiksi ajallisesti toisiaan seuraavat, mutta toisistaan poikkeavat jaksot – vuodenajat. Kunkin neljän vuodenaajan sisäinen vaihtelevuus voi olla huomattava. Päivittäinen vuorokaudenaika muovaa kulloisenkin vesistökontekstin olotilaa sekä tilannekohtaisia ja muuttuvia ei-inhimillisiä voimia, kuten säätä. Sää on materiaallinen kokonaisuus, jolla itsessään on ehdollistava kyky haastaa ja muuntaa käytäntöä (Rantala et al. 2011).

Sään vaikutus vesistön ominaisarvoihin on ulkoisesti huomattavaa erityisesti kesällä ja syksyllä, jolloin ne ovat vapaina jäistä. Kesä on pohjoisen pallonpuoliskon vuodenaajoista kaikkein lämpimin ja kirkkain. Suomessa kesä määritetään ilmasto-

opillisesti ajanjaksoksi, jossa päivän ja yön välinen keskilämpötila on korkeampi kuin +10 °C. Suomen kesän pituus vaihtelee kolmesta neljään kuukauteen, tosin Pohjois-Lapissa kesän pituus jää kahteen kuukauteen. (Ilmatieteenlaitos 2009.)

Lapin kesän erityinen piirre on keskiyön aurinko, luonnon tapahtuma, jossa aurinko ei laske koko vuorokauden aikana. Yöttömästä yöstä huolimatta Lapin lyhyt kesä ei ole samankaltainen, täynnä auringon kultaamia idyllisiä päiviä. Päinvastoin, kesä koostuu viileiden (joskus jopa kylmien), leutojen tai poutaisten päivien jaksoista, joiden aikana säämuuttajat (mm. tuuli [nopeus, suunta], lämpötila, ilmanpaine, sade, säärintamat, ilmankosteus) saattavat vaihdella melkoisestikin. Perustavan säämuodon sisäinen vaihtelu on niin ikään huomattavaa. Esimerkiksi kesäkuun alkupäivinä, ja toisinaan keskellä kesääkin, viileät tai kylmät päivät eivät ole vieraita. Tällöin ilman lämpötilalla ja ilmanpaineella on taipumus laskea ja aiheuttaa kylmän säärintaman muodostumista. Matalan ilmanpaineen vallitessa on myös tavallista, että tuulee ja sataa. Sade voi ilmetä tiikusateena, sadekuurona, rankkasateena tai jopa ukkosmyrskynä tuulenpuuskineen. Alhaisimmissa lämpötiloissa vesisade voi muuttua myös räntäsateeksi tai lumisateeksi. (Ilmatieteenlaitos 2009.)

Kesälle voi ajoittua poutaisia, miltei sateettomia korkeanpaineen jaksoja. Korkeapaineessa myös tuulet ovat kepeitä hönkäyksiä, ja taivaalla on niukasti, jos ollenkaan, pilviä. Tällöin ilma lämpenee, ja voi syntyä hellepäivä (yli 25 °C) tai useita kuumia päiviä kestävä helleaalto. Hellepäivät eivät ole päättymättömiä, vaan ne keskeytyvät matalapaineen ja kylmän rintaman myötä. Kosteaa ilmaa matalissa lämpötiloissa voi aiheuttaa sumua, kastetta tai kuuraa. Matalapaineeseen ja kylmään rintamaan liittyy usein ukonilmaa salamoineen, mutta kuten sanotaan, ”myrskyn jälkeen on poutasää”. Helteiset päivät voivat jatkaa aina syksyn alkun, puhumme tällöin intiaanikesästä. Syksy vuodenaikana on vesistön päällä liikkuville haasteellinen, sillä talvea edeltävään ajanjaksoon liittyy hyvin vaihtelevia ilmoja. Syysmyrskyt eivät ole myöskään harvinaisia. Sään merkitys paikkaa, tässä tapauksessa vesistöä, muovaavana voimana on oleellinen – säällä on väliä.

6.2.3 Pinnan alla: aisti niin kuin kala

Sataa rankasti, on satanut jo hyvän aikaa. Kaikuluotain kertoo, että kaloja on vedessä ja pyytöjen pitäisi olla lähellä niitä. Olen ”veivannut” takilan avulla vieheitä aktiivisesti kaiun ohjaamiin kalarikkaisiin syvyyksiin ja vaihdellut myös uistimia – turhaan. Olemme kokeilleet myös ajolinjoja syvängien reunoista aina rannan matalaan; tutuista ottipaikoista aivan ”arvauksiin”. Ei vain ota. Jos meillä olisi käytössä uistelukäyttöön suunniteltu takilakamera, näkisimme seuraako mikään kala edes vieheitämme tai sen onko kalojen leuat vain ”lukossa”. Nyt vain odotamme ja taas odotamme, sokkona hapuillen.

Istun takatuhdolla. Päälläni oleva kelluntapuku estää kastumisen, mutta se ei myöskään ”hengitä” ja sen paksuudesta johtuen se on niin lämmin, että hikoilen ja

alla olevat vaatteeni liimautuvat päälleni. Tuntuu kuin olisi saunassa. Pohdin: "Kumpikohan olisi parempi, kelluntapuku päällä, vaiiko ilman?". Hivenen synkkä ajatuksenkulkuni jatkuu: "Heh, kumpikohan meistä on märempi, minä pinnan päällä vai pinnan alla luuraava liman suojaama hauki?". Käteni, joita puku ei suoja, ovat kurtussa ja niitä paleltaa. Tuntoa niissä pitää yllä vaapun koukusta saamani haavat. Poskipäät ovat puolestaan tuulesta ja sateesta turrat. Sadepisaroiden ja huurtuvien linssien johdosta en voi pitää enää silmälasia, en siten näe enää kovin tarkasti. Noh, eipä ole ollut paljoa katseltavaakaan.

Mieleeni muistuu tämän joen sääntö: jos ei ensimmäisen puolentunnin aikana saa, ei saa kalaa sitten koko kisassa. Alkaa hermostuttaa, dead-line on jo kauan sitten mennyt. Karttaplotteri ilmoittaa tietoa siitä, että vedessä ei ole harppauskerrosta, vesi on tasaisesti +14 °C astetta. Hauki voi olla siis tänään pinnassakin, sillä se hakeutuu yleensä tämän lämpöiseen veteen. Porrastan takilakuvion uudelleen niin, että yksi on pinnassa, toinen keskisyvällä ja kolmas viistää pohjaa.

Ideaalin lämpötilan lisäksi on melkoinen "kalamiehen keli", tämänhän pitäisi olla kokonaisuutena kuin tehty hauelle! Miksi sitten se hauki ei syö? Kalastus sateella alkaa hiljalleen syödä miestä. Pinnan päällä olevaa ottaa pintaan.

*Onko kalat pelästyneet kilpailevia uisteluveineitä? Come on Vesa! Ajattele! Ajattele kuin kala! Aisti se! Aisti niin kuin kala! Hitto, senhän pitäisi olla minulle tuttu kala, mutta tuntuu olevan niin perin tuntematon. Samassa veneen vierellä kuuluu loiskahdus, kirjolohi hyppää ohii lipuvan veneen tieltä. Tuokin vielä, tämä ei ole enää mukavaa. Päähän pyörähtää Ismo Alanko säätien kappale "V****u kun alkaa V*****aa". Noh, nyt taas vahingossa hymyilyttää...*

Edellinen ote tuo esiin sen, että *kilpailussa*-osatehtävän toteutuksen kannalta "sukellus pinnan alle" on hyväksi – ainakin kielikuvallisesti – onhan se osa tehtävän käytännöllistä ymmärrystä. Tarina ilmentää myös sitä, että kala on vain osin ihmisen hallittavissa. Kala voi tahtoessaan iskeä kiinni tai olla sitä tekemättä. Esimerkiksi kalan näyttäytyminen hypyn merkeissä voi olla pakenemisreaktio, joka johtuu lähestyvistä veneistä kalan sisäkorvalla ja/tai kylkiviivalla tekemiin värähtelyaistimuksiin. Toisaalta se voisi olla myös kalan leikkiä, irvailua kalastajille. Olen henkilökohtaisesti todistanut sen, kuinka kymmenen isokokoisen lohen parvi hyppi tai kävi hitaasti näyttämässä selkäänsä pinnalla aivan kalastavien veneiden vieressä. Viesti oli mielestäni selkeä. Lohet halusivat näyttää pitkää nenää ja ilmoittaa: "tässä ollaan, eikä oteta onkeen". Tällaiset havainnot ja niitä levittävä kulttuurinen tieto on aikain saatossa synnyttänyt kalastukseen ja kaloihin liittyviä uskomuksia, kuten "hyppivä kala ei syö".

Edellisessä otteessa on kisakäytäntökokemukseen pohjautuva pahaenteinen uskomus siitä, että ellei kisan alkavan puolen tunnin aikana kala käy kiinni, niin ei se sitä tule myöhemminkään tekemään. Tämän uskomuksen takana lienee se, että kyseisen kilpailun tapahtumapaikka on joki ja se että siihen osallistuu satoja venekuntia. Kalan perässä ristiin rastiin risteilevien veneiden muodostelmat häi-

ritsevät pakostakin joen eliöstöä, kuten kaloja. Kalat pyrkivätkin hakeutumaan kehollisesti kauas kalastavista venekunnista.

Jotta kalaa pyytävä onnistuisi kalastustavoitteissaan säikkyjen ja haluttomien vastapuolien kanssa, on kalastajan opiskeltava ja opittava tuntemaan niiden salaisuuksia – onhan vetouistelija kalojen vesiperällä. Uistelijan on siten sopeutettava ja viritettävä omia aistejaan pyydettävän saaliskalan aisteihin ja sitä ympäröivään aistilliseen ympäristöön. Kalat liikkuvat ruumiinsa avulla uiden ja aistien ohjaamina veden alla. Ihmisellä ei ole yhtään aistia, joka kaloilta puuttuisi (Koli 2003). Kalat saavat kuitenkin toisenlaisen kuvan maailmasta kuin ihmiset, koska niiden aistit ovat sopeutuneet veteen. Seuraavaksi ote kalan aistimaailmasta:

”Olen lohi ja jökötän pohjassa. Kappas vaan, täkyraksi, yksinäiseksi muikuksi naamioituneena mennä viilettää hidasta vauhtia Puruveden pohjan tuntumassa. Seuraan sitä edelleen katseellani, mutta en vaivaudu huomioimaan sitä sen enempää. Tarkkasilmäisenä, hyvä muistisena ja – vaistoisena tiedän, että kyse on pakastetusta muikusta. Jotain tällaista voin jo aavistaa. Kaikkia ne keksivät. Mutta ei mene läpi, ei kertakaikkisesti. Vanha ei mene vipuun. Siitähän irtosi ihmisen hajuakin...

Minulla on hyvässä muistissa, miten kaloja on yritetty narrata monin tavoin. Kesäisin yhtenä päivänä liikkuu kaiken maailman uistimia maailma täynnä; pinnassa, pohjassa ja välillä. Rauhassa ei voi olla missään, kun monenmoista tekokalan vempellettä lappaa edestakaisin. Alussa se huvitti. Joskus nauratti niin, että kellahdin selälleni hytkymään...

Punapohjaisesta veneestä kuuluu pulinaa. Onneksi suurin osa uistelijoista mekastaa ja ilmaisee olonsa erilaisilla äänillä. Eivät tajua kuinka hyvin vesi kantaa ääniä. Luulevat hölmöt, ettei meillä kaloilla ole korvia. Lisäksi vesi tärähtelee ja paineet lyövät kylkiviivojen kautta kiduksiin saakka. Täytyynee uida matalaan veteen, siellä saa olla rauhassa...” (Mustonen 2012, kirjoittajan muokkaama).

Sanotaan, että kaloille äänet, värähtelyt, hajut ja maut merkitsevät jopa enemmän kuin ihmisille tai maaeläimille, mutta myös näköaistilla on merkitystä kaloille. Näön kannalta yleissääntönä on se, että pinnalla elävät ja olevat kalat näkevät paremmin kuin syvemmän eläjät. Tämä on ymmärrettävää, sillä pinnan päältä tuleva valo tunkeutuu kirkkaammin vesistön pintakerrokseen. Valon läpäisykyky heikkenee puolestaan syvemmälle mentäessä, ja varsinkin sameissa ja humuspitoisissa vesistöissä näkyvyys syvällä on niukkaa. Vetouistelijat huomioivatkin tämän valitsemalla kookkaampia, liikkuvampia ja kirkasvärisempiä vieheitä syvällä pyytäessään, jotta kalat havaitsisivat ne paremmin.

Kalojen haju- ja makuaistit ovat suhteellisen hyvin kehittyneet (Koli 2003). Hajuaistia kalat käyttävät ravinnon etsimiseen, suunnistamiseen, vihollisen havaitsemiseen sekä omien lajitovereidensa tunnistamiseen. Makuaistia kalat käyttävät lähinnä ruoan käyttökelpoisuuden varmistamiseen. (mt. 2003.) Eräät

kalalajit kykenevätkin tilannekohtaisesti sylkäisemään ulos jo suuhun ottamansa vieheen havaittuaan sen olevan epäkelpo. Vastatoimena tähän vetouistelijat tapaavatkin naamioida vieheiden koukkuja, esimerkiksi rakseissa¹⁵ koukut kiinnitetään piileksimään täkykalan torsoon sylkäisyn estämiseksi.

Kaloilla ei ole ulkoisia korvia, vaan ne kuulevat sisäkorvallaan. Ulkoisten korvien puuttumisen johdosta kalojen arveltiin aiemmin olevan jopa kuuroja. Näin ei ole laita kalastajien parissa: esimerkiksi heittokalastajat tapaavat edetä mahdollisimman hiljaa kohti rantaa ja vettä ollakseen säikäyttämättä pinnan alla majailevaa arkaa saaliskalaa. Moottorivetouistelijoiden parissa puolestaan vallitsee uskomuksia, että tasainen ääni voi jopa houkutella kaloja luokseen. Erään seuran jäsenen mukaan veneen kaiuttimista tulviva ja jumputtava AC/DC:n rock-musiikki on mitä mainioin hauen houkutin.

Kaloilla on myös ihmiselle vieraita aisteja, kuten esimerkiksi kylkiviiva-aisti. Kylkiviiva-aisti ei pelkästään täydennä kalan muita aisteja, vaan sitä voidaan pitää jopa yhtenä tärkeimmistä (Varjo 2000). Kylkiviiva-aistin avulla kala voi liikkua hämärässä silloin, kun näkökyky pettää, esimerkiksi syvällä vesistössä tai talvella. Sen avulla kala aistii veden paineaaltojen muutoksia, veden liikkeitä, värähtelyjä ja virtauksia. (Koli 2003.) Kala kykenee myös lähietäisyydellä havaitsemaan esteet, kun kalan omien liikkeiden paineaallot heijastuvat niistä takaisin. Kylkiviiva-aisti auttaa kalaparvia pysymään yhdessä, minkä avulla ne eivät nopeasti kääntyillessään törmäile toisiinsa. (Varjo 2000.) Aistin avulla kalastajien kilpailuissa janoamat saaliit, petokalat, voivat itse suunnistaa ja saalistaa muita kaloja. Ne kykenevät sen avulla lukemaan vesijälkiä, muiden kalojen jälkeensä jättämiä pyörteitä ja ehkäpä näin jäljittämään saalinsa. (Franosch et al. 2009.)

Kalastajat käyttävät erilaisia tarpeistoja saavuttaakseen aistihavaintoja kaloista, esimerkiksi vesielektroniikkaa kuten karttaplottereja tai kaikuluotaimia. Karttaplotteri ja sen GPS-satelliittipaikantimet auttavat venekuntia määrittämään aluksen tarkan sijainnin kalavesillä sekä kertomaan laajasti vesistöalueen syvyys-topografiasta. Plotteri tallentaa myös moottorivetouistelijoiden matkaaman reitin. Näin kalan napattua he kykenevät palamaan takaisin menestykselliselle reitille ja tehostamaan näin uistelun tarkkuutta. Kaikuluotain kertoo puolestaan reaaliaikaisesta vesistömaisemasta. Nykyisen teknologian myötä voidaan saada jopa hyvin tarkkaa kolmiulotteista kuvaa pinnan alta: veden syvyydestä, pohjan muodoista ja laadusta sekä siellä olevista esineistä ja eliöistä. Näin kalojen paikallistaminen helpottuu, mutta se, että onnistuu paikantamaan kalat – tietämään missä ne oleilevat – ei riitä. Tieto kalojen olinpaikasta ei tuo kalaa veneeseen. Kalastamisen kannalta toiminnaltaan passiivista, ei syönnöksellä olevaa kalaa, on

15. Viehe, joka koostuu muovisesta raksihupusta ja täkykalasta. Raksihuppu on eräänlainen kypärä, jonka sisään kiinnitetään pienehkö, joko luonnollinen tai keinotekoinen täkykala. Raksille tunnusomaista on hidas, tynnyrimäisesti pyörähtelevä uinti, jota kalastajat voivat viritellä täkykalan asentoa vaihtelemalla.

erittäin vaikea pyydystää. Voidaankin sanoa, että tieto ”nappaamattomien” kalojen olemassaolosta lisää uistelijan tuskaa.

Elektronisia visualisointeja tuottavien välineiden ohella moottorivetouistelijoiden tarpeita kuuleva teollisuus on kehittänyt muita laitteita, jotka mahdollistavat uistelijointa näkemään kauemmaksi. Esimerkiksi takilakamera on väline, joka nimensä mukaisesti on kiinnitetty takilan kuulaan. Se voi uistelijan tekemän valinnan mukaan ottaa kuvia tai lähettää videomateriaalia vedenalaisesta todellisuudesta pinnan päälle. Näin uistelijat kykenevät näkemään pinnan alle omin silmin, uiko viehe esimerkiksi halutulla tavalla tai onko vieheen lähetyvillä kaloja.

Edellä kuvattujen tarpeistojen tarkoituksena on avittaa pinnan päällä olevan kalastajan aisteja – saamaan otetta syvyyteen. Kulutuskalastajia, uistelijointia, palveleva teollisuus on myös pyrkinyt kehittämään älytuotteita, jotka pyrkivät vetoamaan suoraan pyydetävän kalan aisteihin. Kuten esimerkiksi *Black Box electronic fish attractor -laite*, joka kumoaa veneen ja moottorin lähettämää ja kalojen vieroksumaa sähköistä jännitettä. Lisäksi se korvaa alkuperäisen uudella, kaloja kiehtovalla jännitteellä. Älytuotteisiin lukeutuvat myös erilaiset feromoni hormoni-artefaktit. Esimerkiksi feromoni-geeli, jota voi sivellä erilaisten vieheiden pinnalle. Kyseinen hormoni on osa kalojen arkea. Esimerkiksi lohikalat käyttävät feromonia synnyinpaikkansa merkitsemiseen. Näiden merkintöjen avulla ne löytävät myöhemmin takaisin kutujokeensa. Feromonia sisältävien tuotteiden katsotaan hajuaistin tai makuaistin välityksellä houkuttelevan kaloja luokseen. Vetouistelua harrastavien aktiviteettiin liittyvissä nettisivuilla ja lehdistä pohditaan haju- makuaistimuksien merkitystä kalojen pyynnissä. Keskustelujen mukaan näihin aisteihin liittyvät aistimukset voivat paitsi houkutellessa kalaa, mutta myös toimia potentiaalisina kalan karkottajina. Esimerkiksi kalastajien käsien kautta vieheisiin tarttuneet erilaiset hajujen ja makujen, kuten bensiini tai tupakka, uskotaan toimivan kalojen karkottajina.

Vetouistelussa olennaisin virike kalojen aisteille on viehe. Kilpailevilla vetouisteliijoilla on valittavanaan kolme vaihtoehtoista viehetyyppiä: peltiustin, vaappu ja raksi. Kunkin venekunnan on tehtävä päätös siitä, millä viehetyyppillä kaloja pyritään houkuttelemaan. Päätöksen tekee ongelmalliseksi se, että nämä viehetyyppit ovat kukin ominaisuuksiltaan omintakeisia ja toisistaan eroavia. Niitä on vaikea sovittaa yhteen. Yleinen ratkaisu onkin se, että valitaan vain yksi viehetyyppi ja pitäydytään sen käytössä, ainakin tietyn aikaa.

Vaihtoehtoista peltiustin on kaikista vanhin. Peltejä ovat muovaanneet ammattitaitoiset harrastajat sekä kulta- ja hopeasepät. Vaappu on puolestaan pitkään ollut maassamme suosituin viehe. Perinteet näkyvät selkeästi siinä, että kotimainen vaapputeollisuus on noussut kansainväliseksi liiketoiminnaksi. Laajasta tarjonnasta huolimatta uistelijat valmistavat usein omien uskomuksien mukaisia itse tehtyjä vieheitä. Vaappujen tekijät uskovat aikaansaannoksissaan olevan vaapun henkeä, jotakin mystistä, jota teollisesti tehdyt eivät sisällä.

Havainnoimalla seurayhteisön jäsenten toimintaa sekä virtuaalisten uisteluyhteisöjen keskusteluja voi tehdä johtopäätöksen siitä, että raksin käytön suosio on kasvussa sekä tutkittavan seuran parissa että muiden kansallisten moottoriveto-uistelijoiden keskuudessa. Raksin katsotaan olevan erityisen toimiva jalokalojen houkuttelijana ja huiputtajana. Sen käyttö on kuitenkin kielletty useissa Lappi-Cupin kisoissa tai jopa koko vesistöissä, ainakin luonnon täkykaloilla toteutettuna. Kiellon perustana on ollut se, että luonnonkalat täkyinä voivat olla vesistöön leviävien ulkopuolisten tautien kantaja. Tämä näkemys on kansainvälinen, ja siksi kalastusteollisuus on alkanut valmistaa keinotekoisia täkykaloja. Mikä tahansa näistä kolmesta viehetyypistä pyrkii hajun, koon, liikerytmin, värin, värähtelyn sekä äänen avulla joko yksin tai niiden eri yhdistelmien kautta viettelemään kalan aisteja ja innoittamaan sen iskemään.

Veden pinnan yläpuolisen sääymmärryksen ohella pätevä kalastusstrategian laatiminen vaatii kilpapakalastajilta taitoa katsoa myös pinnan alle, esimerkiksi lukea vedenalaista säätä. Sää ohjaa kilpapakalastajia veden päällä, kalojen liikkeitä vedessä (esim. ovatko kalat rannassa vai ulapalla) ja niiden muita mieltymyksiä (esim. ovatko kalat pohjalla vai pinnassa). Huomiota on siis kiinnitettävä esimerkiksi veden lämpötilaan, veden paineeseen sekä pinta- ja pohjavirtauksiin. Kaikkien näiden aktiviteettien tavoitteena on mahdollistaa turvallinen ja tavoitteet saavuttava kalastustoiminta, saada kalaa. Se edellyttää, että kalanpyytäjät ovat oikeilla vesistöillä ja pyyntisyvyyksillä ja osaavat ounastella, minkälaiset värit, liikkeet tai hajusteet vetoavat kalan aisteihin – kalastajien on siis aistittava kuin kala.

Kalastajien on perehdyttävä myös kalojen elämään ja elintapoihin, joissa aistit ovat osana. Kaloilla on oma elinkaarensa. Kaloilla on myös oma vuodenaikainen ja vuorokaudenaikainen rytmensä: ne lepäävät, heräävät toimintaan ja rupeavat syöntiajalleen vaihtelevissa paikoissa. Kaikki kalojen toiminnan tavat poikkeavat lajeittain. Asioihin perehtymällä moottoriveto-uistelijoiden mahdollisuudet pärjätä kalan vastaisessa kilpailussa helpottuvat huomattavasti. Lappi-Cupin vesistöissä (joessa, järvessä ja tekoaltaassa) asustaa monia eri kalalajeja. Kilpailujen yleisimmät lajit ovat ahven, hauki, taimen ja kirjolohi. Satunnaisesti saalina tavaataan myös kuhaa ja suuria särkikaloja, kuten säynävää. Taitava vetouistelija voi hyvinkin tarkkaan tavoitella jotain tiettyä kalalajia.

Lappi-Cupissa tavoitelluin saaliskala on yleisyydestään ja koostaan johtuen hauki. Keskustelujen mukaan hauki on tyyppiesimerkki kurjan sään kalasta, jonka paras ottikeli on hivenen ennen sadetta ja sateen jälkeen, jopa sateen aikana. Lisäksi hauki pitää tuulesta ja harmaan pilvisestä säästä. Se myös viihtyy kylmissä vesissä. Aurinkoisella ja tuulettomalla säällä hauella on taipumusta uida syvällä, mikä näkyy selvimmin suurten yksilöiden kohdalla. Suurimmat hauet pyydystetään kuitenkin kutuaikana toukokuun seuduilla tai aivan syysmyöhällä. Kumpikaan näistä ajankohdista ei ulotu Lappi-Cupin kisoihin.

Uskomukset parhaiden ottiajankohtien ajoituksesta ovat kuitenkin vain suuntaa-antavia, ja ne ovat avoimia poikkeuksille. Esimerkiksi erään veljeskuntaan

kuuluvan venekunnan vuoden 2012 kesäkuun kisapäivänä saama hauki painoi 10,430 kg. Moottorivetouistelijoiden puheissa hauen merkitys saaliina on vaihteleva. Sitä tavoitellaan, mutta sitä harvemmin kunnioitetaan. Seuran taimenmestaruuskisoissa kookasta kahdeksankiloista haukea kohdeltiin saajien puolesta kaltoin. Tekoon kuitenkin puututtiin yhteisön jäsenten toimesta, sitä toruen.

Ahven on ehdottomasti kauniin ilman kala, ja ehkäpä juuri siitä syystä kansallisesti suosituin ja tavallisin virkistyskala. Vakaa sää ja korkeapaine luovat parhaat edellytykset ahvenen pyynnille. Siinä kun hauki mielellään metsästää vähän kolkoissa olosuhteissa, ahven nappaa hienosti kauniina lempeän tuulisenä kesäpäivänä tai kesäiltana, auringon jo laskiessa. Veden lämpötila saa mielellään lähennellä ihmisen mielimää uimalämpötilaa. Ahvenen serkku kuha on myös kauniin ilman kala. Klassinen kuhankalastus tapahtuukin parhaiten lämpiminä ja kauniina kesäiltoina ja -öinä. Jälleen kerran tämä pyyntiaika on kisajien ulottumattomissa. Voidaankin sanoa, että uistelukilpailuissa ahven tai kuha on useimmiten vahinkosaaliita, jopa ei-toivottuja sellaisia. Erityisesti hanakoiden alamittaisten yksilöiden tapauksissa.

Tutkittavan seuran tavoitelluin saaliskala on jalokala, kuten taimen. Se on saalis, joka tekee saajastaan jalokalastajan. Kalastajien keskustelujen mukaan taimenen uistelu tulee keskittää niihin vuodenaikoihin jolloin sen saa helpoiten siiman päähän, kuten syksyyn. Keli ja veden lämpötila sekä liikkeellä oleva taimenen ravinto ovat tärkeitä pyynnin elementtejä. Moottorivetouistelijoiden mukaan vaapun valintaa helpottaa taimenen elintavat. Taimenella ei ole reviiriä, se iskee pääsääntöisesti vain syödäkseen, eikä se siis aja tunkeutujaa pois. Vaapun tai muun vieheen tulisi siten muistuttaa taimenen luontaista ravintoa ja olla sille helppo suupala. Tosin tämä valtavirran näkemys on kyseenalaistettu, tai ainakin koeteltu veljeskunnan taholta – erityisesti viehevärien kohdalla.

Seuraavaksi ote kalastajien ja kalan välisestä kilpajuoksusta. Se pohjautuu veljeskunnan jäsenten taltioimaan videokamera-aineistoon:

*On lokakuun toinen päivä ja seuran mestaruuskilpailu, Inarijärven pinnassa käy vienoja väreitä. Vesi näyttää sivulle katsoessa kirkkaan siniseltä ja alaspäin katsoessa läpikuultavan kirkkaalta. K. filmaa videokameralla väsytystapahtumaa, jossa J. toimii vapamiehenä. Takaa kuuluu J.T:n hämmentynyt ja jännittynyt ääni: "Ei s****a! Se on iso kala...p****e!" Virttyneeseen sinikeltaisen kelluntapukuun pukeutunut J. kiertää kelan kampea ja hiljainen räikän rätinä täyttää veneen takatilan hetkeksi. Kala pulpahtaa lyhyesti pintaan ja väläyttää kylkeään. J.T. jatkaa kommentointia "Nyt se tulee tänne päin.." Raksin huppu nousee kelautuvan siiman mukana ylöspäin...kala on jo ihan veneen vieressä ja lopulta se pintaautuu. P. "koukkaisee" haavilla nopeasti ja kala on haavissa. Hän nostaa haavin ylös vedestä, jolloin sen varsi taipuu huomattavasti. "Yes!" J.T:ltä pääsee. "HA-HA-HAAA!", raikuu väsyttävä J.:n suusta. "HOH-HO-HO-HOO..äh-ähäh!" haavitsija S. nauraa kilpaa väsyttävä J:n kanssa. S. nostaa haavin vartta*

ylemmäksi tukien sitä molemmin käsin, paljastaen ison taimenen sätkivän villisti havaksessa. "YES YES! Katoppa...s****a, nelikiloinen kala!" onnesta ymmyrkäinen väsyttäjä J. päästää huuhton ilmoille. S. kuljettaa haavin kaloneen päiviin veneeseen turvaan. Väsyttäjän ja haavitsijan, serkkupoikien, katseet kohtaavat lyhykäisesti. Takatilan valtaa euforinen hurmostila. "Voi v****u!", kuuluu J.T.:n ja J.:n hilliton huuto, yhtäkaa, kuin yhdestä suusta. "Voi v****u mikä kala!" huutaa myös S. ja jatkaa "HUAHAHAHAH!". Hän laskee haavin varovaisesti veneen takatilan lattialle ja työntää samalla kätensä haavin sisälle. Hän tarttuu vankasti taimenta niskasta; vaaleanpunainen muovinen täkykala koukkuineen on vielä tiukasti kalan suunpielessä kiinni. J. tulee kalan äärelle ja huutaa innokkaasti yhtä aikaa niin taimenelle kuin muille miehistön jäsenille: "Nyt tulee kuule vielä jätکیلlekin takkiin, s****a!" Hetken päästä K. jatkaa kuvaamista toisella kädellä ja toisella kädellä hän ottaa fleecen taskusta kännykän ja soittaa venekunnan "pahimmille" kilpakumppaneille.

"..ei vielä olla punnittu, mutta..." virkkoi K. kaiutin "moodissa" olevaan pubelimeen "se on kolmen – neljän kilon paikkeilla." Taustalta kuuluu J:n ääni, "Lähempänä neljää ku kolmeal!" Samanaikaisesti videokameran edessä oleva S. ottaa pihdeillä muovikalatäyn kalan suusta. Pubelimesta kuuluu kilpakumppain aavistuksen pensä kommentti: "Hieno homma." Leveästi hymyilevä S. pitää kalaa niskasta ja esittää sitä ylpeästi videokameralle. Kuvaava K. ojentaa digitaalisen puntarin mairalle S.:lle. On punnitsemisen aika. S. laittaa digitaalisen puntarin punnituskoukun leukapieliin. Kun puntari on kiinnitetty, S. irrottaa toisen kätensä kalasta ja kala roikkuu nyt ominaispainollaan digipuntarin mittarioriota pitelevässä kädessä. Puntarissa roikkuva kala piirtyy Inarijärven sinistä vettä ja taivasta sekä horisontissa häämöttäviä poutapilviä vasten – tämä kala oli kohdannut voittajansa.

Esitetty tahdon voitto ei suinkaan jäänyt venekunnan ainoaksi tuossa kisassa. He onnistuivat aistimaan kuin kala, saaden kahden päivän aikana 18,95 kg jalokallaa. Näin seuran taimenmestaruus oli heidän. Ote ilmentää sitä, että kalan koko on kalastajille tärkeä asia. On yleisesti tiedossa, että kalastajat tavoittelevat suuria, niin kutsuttuja trofee-kaloja ja pyrkivät rikkomaan aiempia ennätyksiään. Tarinasta voidaan tehdä päätelmiä myös siitä, kuinka uistelijat arvostavat kalan saamisen vaikeutta ja pyynnissä onnistumista. Vetouistelijat arvostavat erityisesti kalaa silloin, kun se on kasvanut kookkaaksi – se on onnistunut välttämään sille tarjottuja pyydyksiä ja vieheitä.

Surullista kyllä, kalan kanssa kilpasilla olo päättyy aina toisen osapuolen häviöön ja toisen osapuolen voittoon. Kalan kannalta voiton ainekset voivat olla peräisin esimerkiksi siitä, ettei se alun alkaenkaan kohtaa kalastajien tarjoamia vieheitä tai kohdatessaankin niitä, sen aistit varoittavat jostakin ja se ei haksahda niihin. Kalan voitto voi olla myös niin kutsuttu puolustusvoitto – onnistunut karkuutus – jossa kala kykenee hyödyntämään joko kalastajan virheellisiä tekoja tai suoritta-

maan sellaisia omia pyristelyjä, joilla se irrottaa itsensä vieheen ja siiman kahleista. Moottorivetouistelijoiden kanssa käytyjen keskustelujen mukaan kalan onnistuneet suvereenit maneerit oikeutetaan ”se ei ollut meidän kala”- sanonnoilla. Veto-uistelijat uskovat kalan tilannekohtaisiin taitoihin, mutta myös sen muistiin ja kykyyn oppia, jota kuvastaa hyvin sanonta ”sama kala ei iske uudelleen”.

Kalastajien voiton perusteet ovat niin ikään monitahoiset. Kalastajien on yritettävä selvittää itselleen, missä haluttu saalis maantieteellisesti asustaa ja missä syvyudessa se vesistöön uppoutuneena konkreettisesti on. Lisäksi kalastajien on ounasteltava, mihin halutun saaliin ominaiseen aistiviettiin vetoamalla se saataisiin iskemään. Tämän otteen mukaan kala erehtyi ottamaan vaaleanpunaiseen keinotekoiseen täkyyn ja sen tynnyrimäiseen uintiin. Keskusteluiden mukaan vaaleanpunaisen värin sävy muuttuu syvyudessa luonnollisemmaksi, muistuttaen verta vuotavaa. Lisäksi täyn uinti muistuttaa haavoittuneen kalan viimeisiä uintipyristelyjä. Hyvä täyn uinti ei ole ainoastaan monotonista tynnyrimäistä liikettä, vaan siinä on myös yllättäviä rytmien katkaisevia syrjähyppyjä. Nämä ovat kalastajien uskomuksien mukaan niitä, jotka saavat kalan viimeistään hairautumaan.

Saaliin innokas odottaminen, valmistautuminen, kiihtymys ja jännitys ovat yhteenpunoutuneet toisiinsa. Ne ovat tekijöitä, jotka yhdistävät kilpailevia vetouistelijoita. Kenttätöön havaintojen ja muun aineiston mukaan kalan iskiessä ja sen väsytyksen aikana kalastajat siirtyvät joko kärsivällisen tai kärsimättömän odottamisen tilasta innostuneen jännittyneisyyden viretilaan. Tilaan, jossa kalan pyydystämisen halu nostattaa esiin alkukantaista intoa ja halua saada kala veneeseen. Ovatko nämä syvyiksiin rakentuneita ja unohtuneita, hautautuneita tunteita, jotka tulevat pinnalle kalastuksen onnenhetkissä? Tässä tilassa aikakin pysähtyy. Kalastaja asettuu liminaaliin kalan iskemisen ja onnistuneen haavitsemisen välitilaan. Kollektiivinen verkosto sähköistyy kalatapahtuman johdosta palautuakseen takaisin aiempaan innokkaaseen odottamiseen – kaihoon siitä, että jotakin tulee vielä tapahtumaan.

Nopeassa toiminnassa ja toiminnan jälkeisissä hetkissä tunteellisesti ilmaistut eleet, sanat, kosketukset, katseet ja jopa rituaalit ovat metaeleitä. Ne on kohdennettu tiettyyn tilanteeseen ja tiettyjen puitteiden luomiseen. Kalan kanssa kilpasilla olemisessa on sekä tavoiteorientoituneen instrumentalismin että autotelisyyden piirteitä. *Kilpailussa*-osatehtävän tavoiteorientaationa on kilpailumenestys. Toisaalta kalan kanssa kilpasilla olo on autotelistä, jolloin erilaisilla leikin, tässä tapauksessa kisailun tehtävillä, nähdään olevan arvoa – sekä henkilökohtaisella että kollektiivisella tasolla. Jalokalaa kannattaa pyytää, vaikkei sitä saisikaan. Kilpailun tehtävissä edetään hienovaraisten mentaalisten tilojen ja aikojen läpi, joiden kautta on mahdollista avata ”ovia” olotilakonteksteihin, joissa epäonnistuminenkin on hyväksyttävää, jopa yhteisöllisyyttä muovaavaa. Kalan kanssa käyty kilpajuoksu ja siinä epäonnistuminen voidaan nähdä yhteistoiminnallisena. Syntynyt mielipaha on jaettua – kollektiivista voitontunteen menetystä.

7. Johtopäätökset

7.1 Yhteenveto

Väitöskirjani nojautuu *kulttuurisen kulutustutkimuksen* ja *kulutussyhteisöjä* tarkastelemaan kirjallisuuteen (mm. Cova & Cova 2001; Muñiz & O’Guinn 2001; Schouten & McAlexander 1995). Koko työtä sävyttää erityisesti *kulttuurintutkimuksellisesti suuntautunut käytäntöteoria* (mm. Barnes; Gherardi; Reckwitz; Schatzki). Esitän tutkimuksessa sitä, että nykypäivän harrastussyhteisöjä muodostetaan, ylläpidetään ja neuvotellaan aktiviteettikeskeisissä käytännöissä. Saavutan ymmärrystä aktiviteettikeskeisistä käytännöistä tarkastelemalla aktiviteettia muuttuvassa ei-inhimillisessä toimintaympäristössä toteutuvana yhteistoiminnallisena, kehollisena ja aistillisena toimintana. Tutkimuksen metodologiana on kulttuuriseen käytönteoriaan perustuva aistietnografia (Valtonen et al. 2010), joka mahdollistaa muuttuvassa tapahtumaympäristössä toteutuvien aistillisten ja dynaamisten toimien hienovaraisen empiirisen tarkastelun. Aistietnografinen kenttätyö on tehty vuosien 2007–2009 aikana. Analyysi perustuu narratiiviseen lähestymistapaan, joissa rakennetaan tulkintaa käytännön ajallisesta tapahtumaketjusta sekä osioiden tapahtumista ja toimijoista. Analyysin tuloksena on syntynyt narratiiveja yhteisön muodostumisesta eli siitä, kuinka kilpailupaikka saavutetaan, itse vesilläolosta sekä kalojen kanssa vuorovaikutuksessa tapahtuvasta kilpasilla olostä sekä kilpailun jälkeisestä veljeskunnan kanssakäynnistä.

Väitän tutkimuksessani ettei mikään vallalla oleva kulutustutkimuksen neljästä keskeisestä yhteisökasitteestä (kulutuksen alakulttuuri; virtuaaliyhteisö; uusheimo; brändiyhteisö) ole sellaisenaan riittävä toiminnallisen harrastamisen yhteisöpohdiskeluun. Yhteisökasitteiden tarkastelukulmia on täydennettävä tekemisen ja käytännön toimijuuden näkökulmilla, sillä toiminta järjestää yhteisöjä eri tavoin kuin alakulttuuri, tuotemerkit tai virtuaalisen kanssakäynnin mahdollistavat teknologiat.

Tutkimukseni harrastussyhteisökonteksti on vetouistelu. Vetouistelu on harrastajamäärältään suosittu, sosiaalisesti orientoitunut ja liiketaloudellisesti relevantti vapaa-ajanharrastus. Sovellan edellä esittämiäni tutkimusasetelmia vetouistelun ympärille rakentuneeseen yhteisöön sekä yhteen, harrastusmuodolle ja tutkittavalle veljeskunnalle yleiseen käytäntökokonaisuuteen – kalastuskilpailuun. Haen ja saavutan vastauksia kysymykseen: *miten vetouistelukilpailukäytännössä muodostetaan harrastussyhteisöä?*

Vetouistelukilpailukäytäntö omaa potentiaalia muodostaa ja ylläpitää yhteisöllisyyttä. Vetouistelukilpailua voidaan pitää merkityksellisten toisten kohtaamisen

mahdollistavana areenana, jonka äärelle ja puitteisiin moottorivetouistelijoiden on luonteva saapua. Vetouistelukilpailuun osallistuvat jakavat yhteisen ”pelin ja leikin hengen” (Caillois 2001), jonka perusajatuksena on kisa jostakin. Vetouistelukilpailu on myös kilpailua jossakin, jonkin puolesta tai jonkun kanssa (Huizinga 1984). Se on taitopeli, johon kietoutuu onnen, epävarmuuden, jännityksen, yhteistyön ja jopa huijauksen elementtejä (Caillois 2001) – se yhdistää kisailevia, leikkiviä ihmisiä.

Kilpailuun osallistuminen tarjoaa mahdollisuuden osoittaa käytännön ymmärrystä ja pätevyyttä eli uistelutoimiin liittyviä kykyjä ja taitoja. Erilaisilla leikin, tässä tapauksessa kisailun tehtävillä, nähdään olevan arvoa – sekä henkilökoh- taisella että kollektiivisella tasolla. Pätevyyttä voidaan osoittaa monella yhteis- ötasolla esimerkiksi venekuntatasolla, seuran sisäisellä tai maakuntatasolla. Voidaankin sanoa että vetouistelun veljeskunnan jäsenille kalan kanssa kilpasilla olo on autotelistä. Kalaa kannattaa pyytää, vaikkei sitä saisikaan. Saalista odote- taan innokkaasti yhdessä. Kiihtymys ja jännitys ovat yhteenpunoutuneet tähän valmistautumiseen.

Kalastuskilpailu on myös *määrämuotoinen, säännöillä säädelty ja ylläpidetty ”leikki”* (Caillois 2001; Gherardi 2011; Schatzki 2001; 2005). Säännöillä ymmär- retään määrättyyn käytäntöön liittyviä täsmällisiä ohjeita, suosituksia tai vaa- timuksia, jotka ohjaavat ihmisiä suoriutumaan tietystä toiminnasta (Schatzki 2002). Kilpakalastajat pyrkivät saamaan mahdollisimman paljon sallittuja kaloja tietyssä ajassa. Heidän on pitädyttävä sääntöjen määrittämän alueen sisällä ja käyttää sallittuja pyyntivälineitä sekä oltava alun ja lopun hetkillä määrätyillä alu- eilla. Viralliset säännöt muodostavat puitteet, jonka sisällä uisteluyhteisön jäsenet voivat olla toiminnallisesti luovia.

Virallisten sääntöjen ohella kilpailukäytännön toteutusta ohjaavat kirjoitta- mattomat säännöt, esimerkiksi veljeskunnan jakamat kulttuuriset näkemykset arvokkaista, oikeista ja hyväksytyistä toimintatavoista (Markuksela 2009). Tällai- sia jalokalastajan käyttäytymisvaatimuksia ovat esimerkiksi sosiaaliset ja yhteisöl- liset toimintatavat, johon sisältyy toisten ihmisten (esim. avunantaminen) sekä ympäristön huomioon ottaminen (esim. roskaamattomuus) ja eliöiden kunnioit- taminen (mm. saaliskalat). Veljeskunnan keskuudessa myös vuorovaikutukseen ja asenteisiin liittyvä avoimuutta sekä seurallisuutta arvostetaan. Kirjoittamattomien sääntöjen voidaan katsoa perustuvan schatzkilaiseen (2002) jaettuun yleisymmär- rykseen, kutsuttakoot sitä jalonkalastajan koodiksi. Jalokalastajan koodin mukai- sesti käyttäytymällä yhteisöstä muodostuu sosiaalisuuden tyyssiä.

Käytäntöteoreettisesti ajatellen kalastuskilpailua voidaan pitää nippuna tai joukkona sanontoja (mm. munat pataan; pläkki; raippavetoa) ja tekoja (mm. kalan väsytystä; pyyntivälineiden virittämistä; veneen laskemista). Tämä kil- pailukäytännön muodostama ”toimintapakka” on kuitenkin sen erillisiä tekoja ja sanontoja laajempi kokonaisuus. Sitä voidaan pitää eräänlaisena kokoavana sateenvarjona, jonka alle erilliset kilpailun toimet sijoittuvat ja järjestäytyvät. Kalastuskilpailun sisällön pohdinnassa sovellan schatzkilaisia (2001; 2005) hanke

(projekti) ja tehtävä (task) ilmaisuja. Näin kalastuskilpailukäytännön päämääriä (ends) tavoitteleva yksittäinen osakilpailu on hanke, joka rakentuu kilpailukohtaisesti muuttuvista erilaisista osatehtävistä ja tiedostetuista rutiinimaisista tavoista toteuttaa niitä (ks. Schatzki 2005). Kalastuskilpailukäytännön tavoitteiden saavuttaminen voi edellyttää usean kilpailuprojektin muodostavan cup-kilpailukokonaisuuteen osallistumista. Tutkittavan veljeskunnan RoMu:n asiayhteydessä tämä merkitsee usein kalastuskauden mittaista Lappi- Cup kokonaisuutta.

Kalastuskilpailukäytännön päämääriä voidaan pyrkiä toteuttamaan paitsi erilaisten tehtävien niin myös samaa tehtävää toteuttavien erilaisten toimintojen sekä niihin liittyvien materiaalien [mm. ihmiset, artefaktit, eliöt ja eloton materia (things)] sommitelmien kautta (ks. Rantala et al. 2011; Schatzki 2005). Ei-inhimilliset materiaaliset elementit kuten eloton materia (mm. sää; tarpeisto) ja eliöt (mm. kalat) vähentävät käytännön toteuttajien omavaltaista toimijuutta päämäärien tavoittelemisessa. Käytäntöön sisältyvät ei-inhimilliset tekijät saavatkin toimivaltaa toiminnan muovaajana ja määrittäjänä (Rantala et al. 2011; Reckwitz 2002). Ei-inhimilliset tekijät asettavat myös taitovaatimuksia inhimillisille toimijoille.

Lukemalla ja analysoimalla vetouistelukilpailukäytäntöä ”ulkoapäin” (mm. Gherardi 2009; 2011) tavoitan ymmärrystä kilpailukäytäntökokonaisuuden ja tapahtumien järjestäytymisestä. Siitä, kuinka kalastuskilpailuhankkeessa esiintyvät tehtävät liittyvät toisiinsa ja muodostavat toimintoketjuja, toinen toista seuraavia osia – tapahtumien virtausta. Kuten esimerkiksi kilpailuun liittyvät tehtävät: matka kilpailupaikalle, veneen laskeminen vesille ja varsinainen uistelu. Tehtävät voivat linkittyä myös yhteisten piirteiden ja yhteensopivuuden tai osapäämäärien (mm. saaliskalan väsyttäminen) sekä tunteiden orkestroinnin kautta (mm. saalin saannin yhteyteen liittyvä onnistumisen ilo). Ulkoapäin analysoimalla hahmotan vetouistelun kilpailukäytännön rakenteesta ajallisesti järjestäytyneen kolmiosaisen osatehtävien tapahtumaketjun. Nimeän nämä osatehtävät 1) ennen kilpailua, 2) kilpailussa sekä 3) kilpailun jälkeen. Näin tehden, vastaan kysymykseen miten yksittäinen kilpailuprojekti rakentuu osatehtävistä koostuvaksi toimintoketjiksi.

Tämä toteutuva toimintaketju ei ole kuitenkaan vääjäämätön, itsestään selvä kokonaisuus. Ketju voi katketa. Esimerkiksi kisa voi keskeytyä jo alkuvaiheeseen vaikkapa automatkalla tapahtuvaan onnettomuuteen. Katkeamisen voi joutua myös inhimillisistä unohduksista (esim. unohtuneet vieheet) tai kohdatusta ilkeästä (esim. varkaus; vahingonteko). Niin ikään veneeseen liittyvät tekniset ongelmat voivat estää kisaan osallistumisen. Kilpailussa vaiheessa veneen moottori tai muu kalusto voi myös kokea ”kovia” jo aivan kisan alkumetreillä (esim. karille ajaminen).

Varsinaisissa analyysiluvuissa tarkastelen kalastuskilpailukäytäntöä myös ”sisältäpäin” (ks. Gherardi 2009). Sisältäpäin analyysin tuloksena vien lukijan veneeseen ja käytännön ytimeen – kilpasille kalojen kanssa. Kilpajuoksu vie alati muuttuvaan vesistöympäristöön, ja siellä toteutuviin yhteistoiminnallisiin pinnan

päällisiin ja pinnan alaisiin kalastaviin tekoihin. Yhdistämällä ulkoista ja sisäistä luentaa saavutan vastauksia tutkimukseni toiseen alakysymykseen: *miten yhteistoiminnallinen kilpailukäytäntö toteutuu muuttuvassa toimintaympäristössä?* Moottorivetouistelu pohjautuu liikkeeseen. Itse vene on jatkuvassa liikkeessä kuljettaen kalastavia kehoja vesielementissä. Veneessä olevat miehistön jäsenet suorittavat puolestaan kalastukseen liittyviä tekoja. He virittivät ja käyttivät kalastusvälineistöä, sekä sopeuttavat oman kehon liikettä veden ja toisten venekunnan jäsenten kehojen liikkeeseen sopivaksi. Vetouistelu on jatkuvaa toimintojen sopeuttamista ja kontrollointia sekä korjaustoimenpiteitä. Yksi osa säätelyä on aktiiviteetin rytmin ja ajoituksen hallinta. Harrastuksen toteuttajien on osattava tehdä tekoja kehollisena yhteistoimintana, oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa. Kehon liikkeiden hallinta ja organisointi ovat ehdottomia edellytyksiä kollektiivisen kalastuskäytännön täytäntöönpanossa. Kala ja kalastaja ovat myös kehollisesti kiinnostuneet toisistaan. Kalastajan päämäärä on päästä ”liki” kalaa. Kalan päämäärä on puolestaan päästä kauas ”pois” kalastajista. Molemmat yrittävät toimillaan esittää kehollisesti olematonta.

Kehollinen kalastava toiminta nojautuu aisteihin ja päinvastoin: jalkoja ja käsiä liikutetaan, äänet kantautuvat korviimme tai hajut kulkeutuvat sieraimiimme. Kehollisen liikkeen ja kehon yhteenkietoutuneilla aistiosa-alueilla liikutamme tai lepuutaamme kalastavia tekoja toteuttavia raajojamme. Aistivalla kehollamme kohtaamme ja kosketamme myös ympäröivää vesistöympäristöä ja vallitsevaa säätilaa näkemällä, kuulemalla, haistamalla, maistamalla ja tuntemalla. Näin jäsenämme maailmaa ymmärrettäväksi kilpailukäytännön kannalta, pohtien miten vallitseva näyttäytyy kalan aisteille ja niihin vastaaviin rutiineihin. Eri aistien painoarvot ja niiden yhteenkietoutumat vaihtelevat kalastuksen rutiineissa tilannekohtaisesti. Voidaan kuitenkin sanoa, että aistit ovat solmiintuneet perinjuurin kalastuskäytäntöön. Ne määrittävät sen, kuinka itse kalastaja ja kala tunnetaan.

Kiinnittämällä huomiota kehollis-aistilliseen toimintaan ja toimiin liittyviin tekijöihin vastaan kolmanteen alakysymykseeni: *minkälaista on kehollinen ja aistillinen kilpailutoiminta ei-inhimillisessä toimintaympäristössä ja ei-inhimillisten toimijoiden kanssa?* Kilpailutoiminnan voidaan ajatella liikkuvan tapauskohtaisesti yksilöllisyyden ja kollektiivisuuden jatkumon välivaiheilla (ks. Reckwitz 2002; Schatzki 1996). Uistelukäytännön asiayhteydessä samassa veneessä olevat miehistön jäsenet ovat yhtäältä yhdessä alttiita samoille aistimuksille toisaalta uistelijat aistivat yksilökohtaisesti; fyysistä tekijöistä tai harjaantuneisuudesta riippuen, joko paremmin tai huonommin. Henkilökohtaisen harjaantuneisuuden ansioista uistelijat kykenevät kytkemään aistihavaintojaan kokemukseen pohjautuvaan tietovarantonsa. Henkilökohtaisten kykyjen ja kokemuksen ohella uistelijointa ohjaa jaettu kollektiivinen kulttuurinen ymmärrys aistien käytäntökohtaisista merkitysyhteyksistä. Niin ikään samassa veneessä oleva miehistön jäsen voi auttaa sellaista jäsentä, joka on käytännön toimintaan uppoutuneena estynyt tekemään omia aistihavaintoja. Tällainen avunanto voi toteutua esimerkiksi silloin kun toinen

miehistön jäsenistä kertoo tulevasta aallosta toiselle, siihen nähden selin olevalle – käyttäen näin henkilökohtaista aistimista yhteisön hyväksi. Ymmärrys suori-tuksen tarkoituksenmukaisesta täytäntöönpanosta on ennen muuta yhteisöllinen. Se on tulos pitkästä lajikohtaisesta harjoittelusta sekä oppimisesta, joka perustuu jäsenten väliseen toinen toiselta oppimiseen tai kulttuurisen tiedon jakamiseen ja sen hyödyntämiseen käytännössä (ks. Barnes 2001).

Yhteisöllisten inhimillisten toimintojen ja toimijuuden ohella kalastaviin tekoihin liittyy aina ei-inhimillisistä (esim. kala; sää; välineet) tekijöistä aiheu-tuvia dynaamisia toiminnan tai ei-toiminnallisia odottamisen hetkiä. Ei-toimin-nalliset odottamisen hetket ovat raskaita, jopa sietämättömiä. Kalastuskilpailu on ajallisesti rajallinen tapahtuma. Kalaton aika yhtäältä kuluu kilpailumenestyksen suhteen nopeasti. Toisaalta jos mitään kalatapahtumia ei esiinny aika voi tuntua matelevan. Erilaisten kalastustoimien toteuttamisen näkökulmista saaliin odotta-mista voidaan pitää kohtuuttomana ja epäoikeudenmukaisena. Odottamisen het- ket voivatkin aiheuttaa yhteisön henkeä koettelevaa toraa.

Tuon tutkimuksessani esiin sen, kuinka käytännön moottorivetouistelukil-pailuissa kalastustoiminta edellyttää vallitseviin tilannetekijöihin (esim. veden syvyys, sää, toiset kilpailijat) sopeutumista, eri tekojen ja taitojen ilmaisua sekä niiden yhdistelyä (ks. Barnes 2001; Warde 2005). Ratkaisut voivat olla joskus täysin uusia ja vaistonvaraisia. Rutiiniratkaisusta poikkeaminen, vaikkapa oman virheen kautta (esim. väärä ajolinja), voi kuitenkin olla myös alku uuteen muuttu-neeseen käytännön toimeen.

Kalastuskäytäntö, kaikissa muodoissaan, on yhteydessä ei-inhimilliseen toimin-taympäristöön ja sen vallitseviin olosuhteisiin. Luonnontila muuntuu vuodenajan, kuukauden tai jopa vuorokauden mukaan. Tässä vaihtelussa erityisesti sää ja sen eri muodot muuttavat luonnon olomuotoa (Valtonen et al. 2009). Esimerkiksi vesistö voi tilannekohtaisesti muuttua, esimerkiksi tuulen vuoksi, silmänräpäyk-sessä tyvenestä tyrskyisäksi. Tietyn vuodenajan sisällä, vaikkapa kesällä, sää voi vaihdella lumisateesta helteeseen. Tutkimuskohteenani olevan moottorivetouiste-luyhteisön kisakausi alkaa kesäkuun alkupäivinä ja päättyy syyskuun loppupäiviin. Lappilaisessa kontekstissa harrastajat kokevat kolmeen eri vuodenaikaan (loppu-kevät, kesä, syksy) liittyviä eri sääolosuhteiden kirjoja ja niiden mukaisesti vaihte-levia luonnon vesistöelementtejä. Sää määrää ja määrittää moottorivetouistelua ja sen kilpailutoimintakäytäntöä: missä on mahdollista kalastaa? Minkälaista kalas-tustoimintaa on mahdollista suorittaa? Tai mitä kalastusvälineitä tai vaatetusta voi tai tulisi käyttää? Sään erilaiset muodot joko edesauttavat tai estävät kalas-tusta. Kilpakalastajien on siten sopeuduttava valitseviin olosuhteisiin ja varaudut-tava tuleviin muutoksiin.

Vesistötilassa toimimisessa on olennaista tietää, mikä on tarkoituksenmukaista toimintaa kulloisissa olosuhteissa. Tällainen taitotieto vaati suunnitelmallisuutta, päätöksiä ja näitä mahdollistavaa tietovarantoa. Esimerkiksi vesistölle mielevien kilpailijoiden mahdollisuus varautua ja sopeutua ympäristön tuleviin muutoksiin

riippuu kyvystä muodostaa käsityksiä tulevasta säästä. Veden pinnan yläpuolisen sääymmärryksen ohella pätevän kalastusstrategian toteuttaminen vaatii kilpakalastajilta taitoa lukea myös veden alaista säätä. Sää ohjaa paitsi kilpakalastajia veden päällä niin myös kalojen liikkeitä (esim. pohja, pinta) ja mieltymyksiä vedessä (esim. ranta, ulappa). Huomiota on siis kiinnitettävä esimerkiksi veden lämpötilaan, vedenpaineeseen sekä pinta- että pohjavirtauksiin. Kaikkien näiden aktiviteettien tavoitteena on mahdollistaa turvallinen ja tavoitteet saavuttava kalastustoiminta, saada kalaa. Se edellyttää, että kalanpyytäjät ovat oikeilla vesistöillä sekä pyyntisyvyyksillä ja osaavat ounastella minkälaiset värit, liikkeet tai hajusteet vetoavat kalan aisteihin – uistelevien kalastajien on siis aistittava kuin kala.

Moottorivetouistelijoiden kanssakäynti vesistössä ja ympäröivissä muuttuvissa luonnonolosuhteissa koskettaa eri aistielementtejä, kuten perusaistejamme – näköä, kuuloa, tuntoa, hajua, makua – mutta myös kalastavan kehon liike- ja tasapainoaisteja. Näissä toiminnoissa tilaa kulutetaan aistimalla ja merkityksellistetään kehollisissa ja moniaistillisissa käytännöissä. Keho on kirjaimellisesti, aistillisesti, kosketuksessa ympäristötilan kanssa. Itse asiassa moottorivetouistelijat aistivat alati muuttuvaa luonnon toimintaympäristöä. Vetouistelun veljeskunnan venekohtaiset jäsenet pyrkivät jakamaan omia aistihavaintoja toisten kanssa, jopa auttamaan toisia toimimalla toisten ”silmänä ja korvana”. Voidaankin sanoa, että aistillisuus on solmiintunut osaksi kalastamisen käytäntöä. Aisteja itsessään voidaan pitää tilan jäsentäjinä ja paikan määrittäjinä. Silloin merkitysvapaa luonnontila muovautuu erityiseksi dynaamiseksi ja merkitykselliseksi paikaksi – monikasvoiseksi *aistimaisemaksi*. Konkreettisissa teoissa ja jaetussa kulttuurisessa ymmärryksessä tehdään tilasta merkityksellistä paikkaa ja toisaalta dynaamisen paikan muuttuvat olosuhteet muokkaavat toimintaa, niin kalastajien kuin myös kalojen käytäntöjä vesistöympäristössä.

Tutkimukseni tukee wardelaista (2005) näkemystä siitä, kuinka käytäntö, vaikkapa harrastuskäytäntö, ja tilassa tekeminen itsessään ohjaavat kulutusta. Käytäntö määrää kulutusta eikä niinkään yksilöiden halut, kuten perinteisesti asia on nähty. Artefaktit ja erilaiset palvelut antavat mahdollisuuden käytäntöön liittyvien toimintojen tekemiseen. Artefaktien avulla, kuten veneillä, asusteilla ja kalastusvälineillä pyritään manageroimaan olosuhteita tai sopeutumaan niihin – mahdollistamaan harrastuskäytäntöä. Kalastukseen liittyvien tuotteiden voidaan katsoa toimivan kalastajien aistien avustajina tai jatkeina. Esimerkiksi vapa ja siima toimivat tuntoaistin jatkeena, niiden kautta voidaan tuntea kala ja sen liikkeet värähtelyinä, niiden avulla kalastaja kykenee ”näkemään” käsillään. Kaikuluotaimen, GPS:n tai takilakameroiden toiminnot mahdollistavat kalastajia puolestaan näkemään sinne, minne silmä ei kannä. On syytä muistaa kuitenkin se, että vaikka harrastajien ja vetouisteluaktiviteetin voidaan katsoa luisuneen uuteen teknologiaan, niin edes kehittyneet laitteet eivät ole automaattisia autu-aaksi tekijöitä. Teknologia ja tarpeisto eivät tuo itsessään kalaa veneeseen. Salliva teknologia ei ole käytettävä tai luotettava ilman osaavia käyttäjiä. Pätevät uiste-

lijat kykenevät kyllä näkemään teknologisesti edistyneen kaikuluotaimen avulla veneen sivuille sekä veneen alle ja siten määrittämään kalojen sijaintia ja asemoitumista. Näin he voivat sijoittaa vieheitä kalan lähettyville, mutta he eivät välttämättä saa halutonta kalaa iskemään tarjottuihin pyytöihin. Tällaisessa tilanteessa teknologian tarjoama tieto lisää pyytävän kalamiehen ahdinkoa. Vaappuihin lisätyt hajusteet, joita kalastaja ei itse kykene haistamaan, vetoavat puolestaan kalan omiin aisteihin, pyrkien houkuttelemaan sitä tykönsä. Samankaltainen tehtävä on vieheisiin lisättävillä makuaineilla. Vieheiden muotoilussa on puolestaan pyritty lisäämään myös elementtejä, kuten uria tai rämiäviä osia, joiden värähtelyt kala kykenee tuntemaan kylkiviivallaan.

Vetouistelun kilpailukäytännöstä on löydettävissä erilaisia kilpailun sekä yhteistyön muotoja – moninaisia suhteiden himmeleitä. Venekuntatason sisällä kilpailukäytäntö on yhtäältä miehistön yhteinen voimanponnistus. Onnistunut ja tehokas kalastuskilpailutapahtuman mittainen uisteluveneen sekä kalastusvälineiden kontrollointi vaatii yleensä useamman henkilön saumatonta yhteistoimintaa. Miehistön jäsenten henkilökohtainen panos jakaantuu usein määrättyihin tehtäviin kuten veneen ohjaamiseen, kalastusvälineiden virittämiseen, kalan väsyttämiseen ja haavitsemiseen. Näissä toimenpiteissä kisailevien harrastajien osaaminen ja henkilöiden välinen kemia ovat tärkeitä tekijöitä.

Venekunnan piirissä on läsnä myös sisäistä kilpailua. On tavallista, että varsinainen kalan pyytäminen ja kalastusvälineiden hoitaminen jaetaan kahden uistelijan kesken. Tällöin molemmilla on oma tehtävänsä: toinen huolehti veneen vasemman puolen ja toinen oikean puolen kalastuksen teoista. Molemmat kilpailevat keskenään muun muassa siitä, kumpi onnistuu samaan ensin oman puolen kalastusvälineistön pyyntikuntoon. Kalastajat mittelevät taitojaan myös tosiasiallisten tulosten valossa, siitä kumman päätökset vieheistä tai syvyyksistä tuo veneeseen enemmän saaliskalaa. Tämä keskinäinen kilpailu ei ole tavallisesti ankaraa. Onnistuneista ratkaisuksista ei vaieta, tietoa jaetaan. Leppoisa leikki innoittaa molempia kalastajia työskentelemään ututterammin ja löytämään luovia ratkaisuja, joilla houkutellaan kalaa käymään kiinni pyytöihin. Sisäinen kilpailu toimii siten koko venekunnan hyödyksi. Se tarjoaa mahdollisuuksia menestyä kalastuskilpailussa, toisia venekuntia vastaan. Kilpailun henki voi kuitenkin toisinaan johtaa valtataisteluihin, kiistoihin siitä kenen kalastuspäätökset tiukoissa kilpailutilanteissa ylittävät toisen ja määrittävät koko venekuntaa. Tällaiset tulehuneet tolat voivat muodostaa pattitilanteita, jotka pahimmillaan johtavat veneen miehistöön erkaantumisen, yhteisön hajoamiseen. Sisäisestä kilpailusta huolimatta venekunnan toiminta on kokonaisuudessaan yhteistyötä ja yhteistoimintaa.

Yhteistyön ja kilpailun piirteet eivät rajoitu vain venekunnan tasolle. Kalastajat ovat kilpailukäytännössä riippuvaisia toisista pyytäjistä. Sosiaalisten siteiden perusta on peräisin joko jäsenyydestä harrastusyhteisön toisiin jäseniin tai henkilökohtaisista suhteista omaa yhteisöä laajemmalle, toisiin kalastajiin tai toisiin kalastusyhteisöihin. Hyvin yleinen syy liittyä kalastusseuraan ja osallistua sen

toimintaan on ammentaa yhteisön kulttuurista tietovarantoa ja kehittyä siten taitavammaksi kalastuskäytännössä. (Markuksela 2009.) Taitavammaksi kehittyminen toteutuu esimerkiksi kilpailuissa tapahtuvassa uistelijoiden keskinäisessä kanssakäymisessä. Esimerkiksi varsinaista kilpailua edeltävässä sääkeskusteluissa tehdään pohdintoja tulevasta vesistön ”kelistä”. Yhteisymmärryksen muodostamisen jälkeen on mahdollista pohtia tulevaa kilpailustrategiaa. Sillä juuri sää määrää ja määrittää miten on pukeuduttava, millaista kisavälineistöä on mahdollistaa käyttää ja missä veneitä voidaan ohjata. Voittavassa kilpailustrategiassa on olennaista päättää millaiset viehevalinnat tehdään vesistön ja vesistön tilannekohtaisiin olosuhteisiin. Osaavat kilpakalastajat eivät tyydy ainoastaan kaupoista ostettaviin vieheisiin, vaan he valmistavat yleensä myös itse ”pyytöjä”. Erityinen piirre yhteisön kilpakäytännölle on vieheiden, olivat ne ostettuja tai itse valmistettuja, jakaminen toisille yhteisön jäsenille. Jakaminen voi tapahtua monin eri tavoin, kalastajat voivat tehdä vaihtokauppoja, lainata tai myydä vieheitä. Yhteistyön muodot jatkuvat myös kilpailun aikana esimerkiksi puhelimen välityksellä. Seurayhteisön jäsenet jakavat tietoa esimerkiksi vallitsevista olosuhteista, toimivista kalastusvälineistä ja tekniikoista sekä saadusta kalasaalismäärästä. Tämä on jaettua tietovarantoa, joka mahdollistaa tiedon vastaanottajalle ”toimivien” ratkaisujen kokeilemista.

Vetouistelun harrastamisessa yhdistyy myös mahdollisuus kantaa erilaisia aktiviteettiin liittyviä maffesolimaisia maskeja. Esimerkiksi ”seuran värien” kantaminen kilpailuissa ilmentää yhteenkuuluvuutta veljeskuntaan sekä omille jäsenille että toisien yhteisöjen jäsenille. Vetouisteluharrastuksen ympärille liittyvä yhteisöllisyys on sipulimainen kerroksellinen kokonaisuus. Esimerkiksi yhden venekunnan jäsenet voivat yhtä aikaa edustaa omaa seuraansa. Toisaalta Suomen mestaruuskisoissa he edustavat myös lappilaisia uistelijointa. Ulkomailta ollessaan he ovat taas suomalaisia vetäjiä kun taas kotimaan muita kalastusmuotoja harrastaville vetouistelijat näyttäytyvät kansallisen uisteliijaheimon jäseninä. Virtuaalimaailmassa tai alan lehdissä uistelijat voivat olla myös osa kansallista tai globaalia harrastajamaailmaa. Eri maskien kantamista voidaan pitää niin ikään seuran edustamisena toisia seurayhteisöjä vastaan. Kilpakalastajat tekevät kilpakäytäntöä aina myös itselleen – oman venekunnan hyväksi. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna kilpailu ylittää yhteisökulttuurisia suhteita.

Kilpailu voi kohdistua myös oman veljeskunnan toisiin venekuntiin ja heitä vastaan. Tällöin on kyse on vakavasta ”tosissaan otetusta” kilpailusta, jota ohjaavat tavanomaisesti aktiviteetin säännöt ja kilpailuhenki. Kilpailijat varustautuvat kilpailua varten. He sijoittavat veneeseen, perämoottoriin, kalastusvälineisiin, teknologiaan (mm. kaikuluotain, tutka, automaattiohjaus, GPS), joiden avulla voidaan ennakoita ja sopeutua luonnontilaan ja kalojen sijoittumiseen. Tämä ”asevarustelu” ei ole tasavertaista, joillakin kalastajilla on paremmat investointimahdollisuudet kuin toisilla. Investoinnit luovat kilpailuetua, isommat veneet ja perämoottorit mahdollistavat nopeamman siirtymisen kalapaikoille sekä kalasta-

misen vaikeammissa olosuhteissa. Kalastuskapasiteetin jahti ulottuu ei-inhimillisiä tekijöitä laajemmalle koskettamaan myös inhimillisiä voimavaroja, päteviä miehistön jäseniä. Osaavia kalamiehiä rekrytoidaan ja houkutellaan siirtymään parempiin materiaaliisiin puitteisiin kuten parempaan veneeseen.

Väkevä kilpailuvietti voi olla tuhoavaa, tai ainakin haastavaa, yhteisöllisyyden näkökulmasta. Ankara kilpailu saattaa synnyttää yhteisöllisiä siteitä koettelevia toimintatapoja, kuten edellä esitetty venehyppely tai kilpailun aikainen rajoitettu tiedonkulku – kaikkea tunnettua ei enää jaeta kaikille. Niin ikään suuri kilpailuvietti saattaa herättää halua huijata, poiketa kilpailua ohjaavista normeista ja rikkomaan näin ylyksilöllistä jalokalastajan moraalista koodia. Tällaiset toimet voivat nakertaa yhteisön, veljeskunnan, perustoja.

7.2 Tutkimuksen kontribuutio

Väitöskirjani kontribuoi neljään teoreettiseen keskusteluun: kulttuurisen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluun, kulttuuriseen käytänteoriakeskusteluun, kulttuurisen kulutustutkimuksen menetelmäkeskusteluun sekä vapaa-aika ja harrastustutkimuksen keskusteluun. Esitän tässä luvussa lisäksi työni manageriaalista antia.

7.2.1 Kontribuutio kulttuurisen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluun

Tutkimukseni kontribuoi kulttuurisen kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluihin. *Ensiksi*, kulutustutkimuksen aiemmissa tutkimuksissa on tutkittu vähän käytännön toiminnan ympärille muodostuvia yhteisöjä. Täytän työlläni tätä ilmenevää aukkoa. *Toiseksi*, laajennan olemassa olevaa kuvaa yhteisöjen rakenteesta ja dynamiikasta valottamalla kilpailun toimijuutta yhteisön muodostamisessa sekä yhteisön monikerroksellisuutta. *Kolmanneksi*, täydennän kulutustutkimuksellista näkemystä yhteisön muodostumisesta, tuomalla esiin muuttuvassa luonnon palvelumaisemassa toteutuvan kilpailukäytännön solmiutumista kehollisiin, aistillisiin, yhteistoiminnallisiin tekoihin ja sanontoihin sekä ihmisten ja ei-inhimillisten tekijöiden välisiin toimiin. *Neljänneksi*, esiin tuomani tuotteiden rooli aistien jatkeena yhteisökäytännössä ja taitavan toiminnan hallinnassa, on uusi käsitteellistys, joka laajentaa kulutustutkimuksen parissa olevaa totuttua näkemystä tuotteiden merkityksestä.

Tutkimukseni kohteena olevaa harrastusyhteisöä muodostetaan taitavan kehollis-aistillisen yhdessä toimimisen sekä tuotteiden käytön kautta. Tätä toimintaa ohjaa kilpailukäytännön immanentti logiikka. Käytänteoreettisen luen-
nan kautta tuotettu tulos täydentää kulutustutkimuksessa vallitsevaa ymmärrystä yhteisöstä. Aiemmissa, sinänsä arvokkaissa keskusteluissa käsitellään varsin niu-

kasti yhdessä toimimista, etenkin konkreettisen tekemisen muodossa. Niin ikään tekemisen kehollisuus ja siihen liittyvän moniaistisuuden näkökulmat ovat vähäiset. Kulutustutkimuksen aisteja koskettavat keskustelut ovat myös keskittyneet pitkälti yhteen aistiin tai muutamien aistien yhteenliittymiseen. Täydennän tutkimuksellani vallitsevia aistikeskusteluja tuomalla hienovaraisesti esiin käytännön tekemiseen nivoutuvan ja solmiintuvan moniaistisuuden.

Tutkimukseni laajentaa myös olemassa olevaa näkemystä kilpailuelementin ja yhteisöllisyyden välisestä suhteesta sekä yhteisön monimuotoisuudesta (mm. Cova & Cova 2002; McAlexander et al. 2002; Schau et al. 2009). Empiirinen kenttätö tuo esiin sen, miten kilpailulla voidaan ylläpitää yhteisöllisyyttä. Kohtelemalla kilpailua yhteisöllisyyttä muovaavana elementtinä täydennän kulutustutkimuksen yhteisökeskusteluja, joissa kilpaileminen on nähty sosiaalisuutta hajottavana tekijänä (mm. Tumbat & Belk 2011).

Kilpailuissa kyetään muodostamaan aktiviteettikulttuuria ja yhteisöllisyyttä. Yhden venekunnan jäsenet voivat esimerkiksi edustaa itseään ja samanaikaisesti myös omaa veljeskuntaansa, seuraansa. Kilpailu itsessään on venekunnan yhteinen ponnistus ja toimintaan osallistuvat kaikki miehistön jäsenet. Tähän yhteistoimintaan sisältyy myös leikkimielistä sisäistä kilpailua, jonka tarkoituksena on siivittää veljeskuntaa parempiin suorituksiin. Kilpailun kalastustoimien ohella kilpailussa ylläpidetään tapojen ja rutiinien (mm. kädenpuristukset; tervehdykset; jutustelut) kautta yhteisöllisiä sosiaalisia suhteita, eri yhteisökerroksien tasoilla. Lisäksi kilpailussa tapahtuvat kollektiiviset aistimukset voivat toimia myös sanattomina ja teottomina yhteisöllisyyden rakentajina, esimerkiksi saaliin kalaisa ja epämiellyttävä tuoksu on kulttuurisen onnistumisen merkki, joka yhdistää saamamiehiä ja pitää henkeä korkealla.

Aiemmat kulutustutkimukset ovat tuoneet esiin yksilöiden mahdollisuuden olla monien erilaisten yhteisöjen jäsen sekä erilaisien yhteisön alaryhmien olemassaolon (mm. Cova et al. 2007). Tutkimukseni laajentaa näitä kulutustutkimuksen keskusteluja tuomalla esiin yhteisön ympärille kietoutuvaa monikerroksellisuutta, sipulimaista rakennetta. Esimerkiksi moottorivetouistelijoiden harrastusyhteisön kisailevat moottorivetouistelijat voivat olla samanaikaisesti monen aktiviteettikeskeisen yhteisön jäseniä. Vaikka uistelijat kantavat näin erilaisia maffesolimaisia maskeja, se ei tee heistä uusheimolaisia heimohyppelijöitä, sillä kaikki veljeskuntalaisten kantamat naamiot ovat yhteydessä yhteiseen toimintakulttuuriin. Käytäntöteoreettinen ote tuo esille sen, että harrastamisyhteisön maskeja ei voi vain ottaa vaan ne täytyy oppia, sisäistää. Maskeihin ei myöskään synnytä, eikä niitä voi vain ostaa. Tämä on harrastuskäytäntöyhteisön keskeinen ero muihin kulutustutkimuksen yhteisöihin. Kerroksellisen yhteisöllisyyden pohtiminen on relevanttia, sillä sen kautta voidaan saada ymmärrystä monisyisestä yhteisöllisyyden ylläpidosta ja kulttuurillisen varannon muodostamisesta. Eri yhteisökerroksien kautta uistelijat voivat tavoitella myös aktiviteettiin liittyvää kilpailuetua, esimerkiksi taitotietoa. Monikerroksellinen yhteisöllisyys toimii myös eräänlaisena

pelastusrenkaana tai turvaköytenä. Esimerkiksi yhden venekunnan yhteisöllisyyden murtuessa siteet harrastamiskäytäntöön, veljeskuntaan tai muihin yhteisöihin eivät kuitenkaan katkea, perusta uuteen pieniyhteisön syntyyn on olemassa.

Moottorivetouistelukilpailun toteutumisympäristöä vesistöä voidaan pitää luonnon palvelumaisemana. Luonnon palvelumaiseman kasvot ovat ”peruspiirteiltään” heterogeenisiä. Niin ikään sen ”kasvojen ilmeet” ovat temporaalisesti ja tilannekohtaisesti muuttuvia. Ei-inhimillinen toimija sää on luonnon kasvojen tilannekohtaisesti ilmeitä muuntava voima. Tutkimukseni tuo esiin sen, että luonto, tässä tapauksessa vesistö, ja sään aiheuttamat muutokset (mm. helle; ukkosmyrsky) voidaan käsittää itsessään palvelumaisemana. Vaihteleva ja vaativa palveluympäristö on myös yksi tapa muodostaa toimintaan ja taitoihin perustuvaa harrastajayhteisöä. Haastavat vesistöolosuhteet kannustavat uisteliijoita ”puhaltaamaan yhteen hiileen”. Toimivassa veljeskunnassa kokeneemmat jäsenet opastavat ja varoittavat kokemattomampia, sekä omaan että toisiin venekuntiin kuuluvia uisteliijoita. Venekunnat ohjaavat toimia myös epäsuorasti omalla tekemisellään, kuten valitsemillaan pyyntipaikoilla ja veneen ajolinjoilla. Uisteliijoilla on tapana myös auttaa parhaimman kykynsä mukaan apua tarvitsevia huonolla tai hyvällä säällä, jopa oman kisamenestyksen kustannuksella, esimerkiksi hinaamalla moottoririkon saaneita uisteliijoita. Niin ikään venekunnan sisällä tapahtuvat jäsenten toisiaan tukevat teot ja sanat ovat merkityksellisiä, niin myötä- kuin vastavirrassa.

Tutkimukseni laajentaa kulutustutkimuksen parissa (mm. Celsi et al. 1993) olevaa näkemystä tuotteiden rooleista ja tehtävistä. Tuon esiin tuotteisiin liudentuvaa aistillisuutta, ulottuvuutta jota ei tavallisesti ole huomioitu. Tutkittavan käytännön yhteydessä tuotteiden tehtävänä on toimia kalastajakilpailijoiden aistien jatkajina tai niiden turruttajina. Esimerkiksi vapa ja siima toimivat tuntoaistin jatkeena ja kaikuluotain näköaistin jatkeena. Vaatteiden tehtävänä on suojata sekä turruttaa tuntoaistia kylmältä tai kostealta. Tätä ajattelumallia voidaan viedä myös kalastuskontekstin ulkopuolelle, esimerkiksi vuorikiipeilyyn, jossa varusteiden kuten hakun, köyden tai haan tehtävä on perin kehollis-aistillinen, ne mahdollistavat ”kapuamisen”. Aistillisuus ylittää inhimillisten aistien asiayhteyden, sillä kalastuksessa erilaisilla tuotteiden aistiulottuvuuksilla yritetään vedota saalistettavien kalojen aisteihin. Tällaisia ei-inhimillisiä aisti-materia-yhteyksiä tavataan muissakin ulkoilma-aktiviteeteissa, kuten esimerkiksi metsästyksessä tai luontovalokuvauksessa.

7.2.2 Kontribuutio käytäntöteoreettiseen keskusteluun

Laajennan tutkimuksellani kulttuurisia käytäntöteoriakeskusteluja, ennen kaikkea aiempien tutkimuksien näkemyksiä ei-inhimillisten tekijöiden (mm. sää, vesistö, kalat) toimijuudesta. Tuon tutkimuksessani esiin sen, että vetouistelukilpailukäytännössä inhimillinen toimijuus on usein enemmän tai vähemmän alisteinen ei-inhimillisten voimien edessä.

Aiemmissa keskusteluissa ei-inhimillinen pohdinta on keskittynyt pitkälti materialisiin tuotteisiin. Ei-inhimillinen materiaallinen sää tai ei-inhimilliset eliöt (mm. puut; eliöt) ovat jääneet vähemmälle huomiolle (ks. Rantala et al. 2011). Käytäntökeskusteluissa on toki esitetty viitteitä ei-inhimillisiin tekijöihin, esimerkiksi säähän ja vuoden aikojen vaihteluun (mm. Schatzki 2002), mutta niiden käsittely jää pintapuoliseksi. Tutkimukseni täydentää tätä ilmeistä vajetta. Esimerkiksi se tuo esiin näkökantoja, joilla kyetään valottamaan niitä monisyisiä tapoja joilla sää, tuo erityinen ei-inhimillinen kokonaisuus, muovaa sekä inhimillistä (vetouistelijat) että ei-inhimillistä (mm. vesistö, kalat) olemassaoloa ja olotilaa. Tutkimus tekee myös ymmärrettäväksi sään merkitystä vetouistelun kilpailukäytännön tekoihin ja sanontoihin, esimerkiksi siihen kuinka sää ohjailee moottorivetouistelijoiden veden pinnalla tapahtuvaa kehollis-aistillista toimintaa ja materiaalistien tuotteiden käyttöä, mutta myös pinnan alla majailevien kalojen liikettä.

Tutkimukseni valottaa sään merkitystä uistelukilpailukäytännössä. Moottorivetouistelun onnistunut suorittaminen vaatii säätaitoja – sääymmärrystä ja kykyä lukea muuntuvaa säää. Sääymmärryksen muodostaminen on kilpailukäytännön ja kalastusstrategian ensimmäisiä ja perustavia toimia, mutta sen tulkitseminen jatkuu koko kilpailukäytännön ajan. Ymmärrys säästä ja sään tulevasta tilasta on yleensä sääennusteiden, omien havaintojen, teknologian, yhteisön jäsenten mielipiteiden ja yleisen kulttuurisen tiedon yhteensulautuma. Meteorologisten ennusteiden lisäksi kilpailijat havainnoivat itse luontoa ja sen erilaisia aistillisia vihjeitä. Omiin havaintoihin voi yhdistyä myös erilaisten teknisten apuvälineiden, kuten rannetietokoneen, tuottamaa tietoa lämpötiloista ja ilmanpaineesta. Kilpailijoille on yleistä yhdistää havaintoja myös kokemukseen ja yleiseen kulttuuriseen tietovarantoon, kuten perittyihin sanontoihin, jotka ovat kokemukseen ja havainnointiin yhdistyviä säää peilaavia uskomuksia. Lisäksi kilpailevat moottorivetouistelijat jakavat näkemyksiään veljeskunnan jäsenten välisissä keskusteluissa. Näin muodostetaan säänlukemista konkretisoivia puhetapoja, joiden kautta se muuttuu yhteistoiminnaksi. Sähän sopeutuminen myös määrittää tilanteeseen sopivia välineitä ja varusteita, kuten esimerkiksi takilan tai kellunta-puvun käyttöä. Kaiken kaikkiaan muuttuva sää tekee kalastuksen vaativammaksi harrastukseksi. Niin kuin monen muun ulkoilmaharrastuksen puitteissa, kalastuksessakin sään kanssa elämisestä (coping with) tulee yksi harrastamisen sisältö ja erityinen taitojen näyttämö (ks. Valtonen et al. 2009).

Uistelukilpailukäytännön olennainen osa on ei-inhimillinen vesistö. Itse asiassa vesistö on luontainen osa itse uistelua, sillä ilman vettä ei ole vetouisteluakaan (Schatzki 2005). Vesistöllä on omat fyysiset piirteensä, niin pinnan yläpuoliset kuin pinnan alapuoliset, joista jälkimmäinen ”maisema” on kalastamisen logiikan mukaan erityisen merkityksellinen. Esimerkiksi, se kuinka syvää tai millaisia syvänteitä vesistöstä on löydettävissä tai millainen on veden pohjan luonne. Vesistön luonne ja olomuoto on kausi- ja tilannekohtaisesti muuttuva. Vesistöllä on omat vuodenaikansa, jotka antavan sille kauden yleisilmeensä. Vesistöllä on

myös kauden sisällä muuntuvat tilannekohtaiset kasvonsa. Sää on merkittävä vesistön tilannekohtaisia kasvoja muovaava toimija, se määrittää vesistön olo-muodon. Vesistön olomuoto muovaava puolestaan kilpailukäytännön toimea. Se voi tyvennytydessään tai tyrskyissään mahdollistaa käytäntöä tai tehdä toiminnan vaikeaksi, jopa estää sen. Kilpailukäytäntö vaatiikin taitoa toimia ja kykyä oppia toimimaan vaihtelevissa vesistöpuutteissa. Sään erilaiset olomuodot ja niiden vaikutukset vesistöön haastavat moottorivetouistelijoiden taitoja ja kykyä. Pinnan päällinen sää muodostaa myös puitteet pinnan alaiselle ”kelille”, kuten veden lämpötilalle ja ilmanpaineelle.

Aiemmissa käytäntökeskusteluissa on sivuttu ei-inhimillisiä eliöitä. Esimerkiksi Schatzki (2001; 2002; 2005) sekä Barnes (2001) huomioivat ei-inhimillisen elion, hevosen, liittymisen käytäntöön. Hevonen omaa näissä tutkimuksissa toimijuutta, ne vetävät kärryjä tai niiden päällä ollaan, mutta niiden ”toimivaltaa” ei tulla kuitenkaan pohtineeksi. Eläviä eliöitä kohdellaan elottoman esineen kaltaisena kohteena – ihmisille alistaisina statisteina. Esimerkiksi moottorivetouistelussa kalat eivät kuitenkaan ole alistaisia ihmisille, vaan omille käytännöilleen.

Valotan tutkimuksellani aistivien kalojen omaehtoisuutta. Kalat liikkuvat vesistössä ennen kaikkea omien käytäntöjensä mukaan, esimerkiksi etsien syötävää tai sopeutuakseen niitä ympäröivään vesistöolosuhteisiin. Kalat myös päättävät, tarttuvatko ne niille tarjottuihin pyytöihin. Kalat ovatkin vain osittain ihmisten manageroitavissa. Kalastustoimintaa onkin sopeutettava kalojen liikkeiden ja käyttäytymisen mukaan. Kilpailukäytännön oikeaa suorittamista mitataan hyvin konkreettisesti kalasaaliilla. Kaloja voidaankin pitää käytännön todentajina. Mikään oikea tapa toimia veneessä ei täytä käytännön vaatimuksia, mikäli ne eivät johda kalan saamiseen. Kilpailussa vaiheen tehtävien kautta kisoja ei ainoastaan voiteta vaan niitä myös hävitään yhdessä. Kilpailukäytännössä epäonnistuminenkin on siten yhteisöllistä. Kalat ovat osa kilpailukäytäntöä ja määrittävät hyvin selvästi sen, kuinka taitavasti ja vakuuttavasti kilpailukäytäntöä onnistutaan toistamaan. Voidaankin sanoa, että moottorivetouistelijoiden toimijuus on hajaantunutta ja kalat omaavat huomattavaa ei-inhimillistä toimijuutta käytännössä ja yhteisön muodostamisessa.

Kalat eivät kuitenkaan ole täysin omaehtoisia käytännön toteuttajia. Esimerkiksi vedenpinnan alainen sää ja vesistön pohjan muoto ohjaavat kalaa enemmän kuin kalan oma tahto. Kalojen käyttäytymisen voidaan katsoa olevan myös kulttuurillisesti opittua. Esimerkiksi luonnon kalojen ja istutettujen kalankasvatustoksissa varttuneiden kalojen käytännöissä on eroja. Istutetun kalan oppiminen ja sopeutuminen luonnon elinympäristöön ottaa aikansa.

Väitöskirjani voidaan katsoa kontribuoivan myös käytäntöteoreettiseen tutkimukseen tuottamalla suomenkielisiä tulkintoja keskeisistä alkuperäiskielien, muun muassa Schatzkin, käsitteistä.

7.2.3 Kontribuutio menetelmäkeskusteluun

Tutkimukseni laajentaa kulutustutkimuksen kentällä aktiivisena tapahtunutta etnografista menetelmäkehitystä. Tutkimuksissa perinteisen etnografian (mm. Belk et al. 1989) ja sen ahkerasti käytettyjen eri osamuotojen, kuten autoetnografian (mm. Valtonen 2012), netnografian (mm. Kozinets 1998), videografian (mm. Belk & Kozinets 2005), visuaalisen etnografian (mm. Peñaloza & Cayla 2007) rinnalle on tuotu hiljan moniaistillisuuden tutkimukseen soveltuva variaatio, aistietnografia (Valtonen & Markuksela & Moisander 2010). Tutkimukseni jatkaa tätä käytäntöteoriaan nojaavan kulttuurintutkimuksellisen etnografian menetelmämuodon kehitystä, erityisesti kenttätutkimuksen ja analysoinnin osalta. Näin tekemällä tuen sekä kulutustutkimuksen etnografista menetelmävarantoa että rakennan metodologiaa, jota voidaan soveltaa laajemmin muihin tutkimuskonteksteihin.

Esitän tutkimuksessani aistietnografisen (mm. Gherardi 2009; 2011; Stoller 2004) sovelluksen, jossa rakennetaan narratiiveja etnografisista kirjoituksista ja visuaalisista kuvastoista. Eri aineistonkeruutavoilla muodostetut aineistot kykenevät tarttumaan ja tuomaan esiin erilaisia näkökulmia käytäntöön, aisteihin, paikan muodostumiseen sekä kulttuuriseen ymmärrykseen. Näin tarjoan näkemystä siihen, miten voimme saavuttaa ymmärrystä niistä tavoista, joissa harrastusyhteisöt toimivat ja muuntuvat vuorovaikutuksessa dynaamisen ympäristökontekstin kanssa. Toisin sanoen, näistä kehyksistä ja konkreettisella osallistumisella on mahdollista kiinnittää huomiota siihen, kuinka kehollisuus ja eri aistit uppoutuvat, tässä yhteydessä yhteisöllisten moottorivetouistelijoiden, tekoihin ja sanontoihin.

Narratiivit ja visuaaliset kuvastot ovat käsillä olevassa tutkimuksessa siten sekä analyysitapa että osa työn tulosta. Narratiivien yhdistäminen aistietnografiseen menetelmään laajentaa aiempien tutkimuksien metodillisia ratkaisuja. Narratiivisuudella on tässä tutkimuksessa osansa etnografiselle tutkimuskentälle pääsyssä sekä kenttäaineiston keräämisessä. Kenttätöydessä tapahtuvien jutustelujen ja tarinointien avulla säilytän saavutettua sisäänpääsyä yhteisöön ja lupaa tutkia. Narratiivien kielikuvilla voi myös ilmentää eri aisteja, kuten tuntoa, makua tai hajua, ja myös sitä, kuinka aistit voivat toimia toisen jatkeena tai korvaajana. Kenttämuistiinpanoista ja päiväkirjoista jalostetuilla autobiografisilla narratiiveilla pysytyn gherardilaisittain (2009) yhdistämään oman toiminnallisuuteni, kokemukseni sekä ymmärrykseni ulkopuolisiin havaintoihin toisista. Täydennän siten mielen muistioita kilpailukäytännön prosesseista ja tehtävistä. Narratiivit ovat osa aistietnografista loppuraporttia. Visuaaliset kuvastot toimivat narratiivien tapaan osana representaatiota, mutta ne toimivat myös konkreettisina muistijälkinä esimerkiksi kenttätöyöhön liittyvistä aistillisista ja kehollisista toimista.

7.2.4 Kontribuutio vapaa-aika- ja harrastustutkimukseen

Täydennän tutkimuksellani vapaa-aika- ja harrastustutkimusta tarkastelemalla urheilukalastusharrastamista, konkreettisesti vetouistelua. Urheilukalastus on merkittävä toiminnallinen luontoharrastus, mutta varsin vähän tutkittu aihealue (Mordue 2009). Vetouisteluharrastuksen, taloudellisesti ja harrastajamäärältään relevantin aktiviteetin, asiayhteydessä tutkimus on vielä harvinaisempaa, vain hyvin harvat tutkimukset ovat tarkastelleet tätä vapaa-ajan toimintaa (ks. kuitenkin Markuksela 2009).

Viimeaikaisissa kalastamista koskevissa tutkimuksissa (mm. Franklin 2001; Mordue 2009) on tunnistettu kehollisuuden ja aistillisuuden merkityksellisyys aktiviteetissa. Kalastusharrastuksen on todettu olevan fyysistä tekemistä (Franklin 2001; Mordue 2009). Kalastuksen katsotaan myös tarjoavan mahdollisuuksia aistilliseen kanssakäyntiin luontoympäristön kanssa, joka mahdollistaa pakoa urbaanista yhteiskunnasta (Mordue 2009). Edellä esitetyt viime-aikaiset tutkimukset painottavat fenomenologista kokemuksellisuutta ja aistillisuuden mentaalista yhteyttä. Tutkimukset eivät siten tarkastele kalastamista konkreettisena kehollisena tekemisenä eivätkä tekoihin nivoutuvaa aistillisuutta. Tutkimukseni laajentaa vapaa-ajan ja harrastamista koskevaa tutkimusta käytäntöteoreettisella ja kehollis-aistillisuutta painottavalla tutkimusotteella. Se täydentää pinnan päällä olevan kalastajan ja hänen kehonsa toiminnan arjen tuntemusta. Lisäksi tutkimukseni ei-inhimillisen tekijöiden, kuten vesistön ja sään, toimijuuden ja muutuvuuden tunnistaminen ovat näkökulmia, joilla lisään ymmärrystä dynaamisesta harrastamisesta muuttuvassa tapahtumakontekstissaan. Kiinnittämällä huomiota myös pinnan alle ja siellä olevaan kalaan ja sen aistillisuuteen tuon esiin uudenlaisen kehyksen vapaa-ajan ja harrastamista koskevaan tutkimukseen. Näin täydennän ei-inhimillistä osallisuutta harrastamisen kokonaiskuvassa.

7.2.5 Manageriaalinen kontribuutio

Kulutustutkimuksen parissa palvelumaisemakeskustelut (mm. Bitner 1992) ovat laajentuneet koskettamaan rakennettujen ympäristöjen ohella myös ei-rakennettuja palveluympäristöjä, kuten luontoa. Ensimmäisiä palvelumaisemakeskusteluja laajentavia tarkasteluja ovat Arnouldin ja kollegoiden tutkimukset (mm. Arnould & Price 1993; Arnould et al. 1999), jotka käsittelevät koskivesistössä tapahtuvaa koskenlaskuretkä palvelutapahtumana. Arnouldin ja kollegoiden ”päänavauksen” jälkeen luonnon palvelumaisemaa koskettavat tutkimukset ovat sittemmin hiipuneet. Vasta viime vuosina on kulutustutkimuksessa tuotu jälleen (esim. Valtonen & Markuksela 2007; Markuksela & Valtonen 2011) esiin luonnonpalvelumaisemaa koskettavan tutkimuksen jatkamisen tärkeyttä, niin teoreettisesti kuin liiketaloudellisesti. Tutkimukseni jatkaa näiden viimeaikaisten tutkimusten uudelleen avaamaa luonnon palvelumaisemakeskustelua.

Arnould ja kollegat (1993; 1999) nostavat tutkimuksissaan esiin koskivesistön palvelumaisemallisia erityispiirteitä. He korostavat esimerkiksi virtaavan veden kaikkivoipaisuutta sekä vesistöä ympäröivien kanjonien jylhiä puitteita. Heidän mukaan tällaisessa palvelumaisemassa voi mahdollistua yhtäältä arjen ja sosiaalisen aseman "communitasmainen" unohtaminen sekä toisaalta siirtyminen lähes uskonnollisävytteiseen välitilaan. Arnouldin ja kollegoiden mukaan tällaisessa mentaalisessa tilassa kuluttajat voivat kokea ja mieltää ympäristön, palvelumaiseman, "taianomaiseksi". Aistillisuuden näkökulmasta koskenlaskumatkan ja palvelumaiseman merkityksellistämässä korostuu ennen kaikkea visuaalisuuden huomioiva urrylainen "turistin katse". Kuluttavan katseen ohella merkityksen luomisprosessissa painottuu pitkälti perinteisen markkinointi käsitteen (marketing concept) mukainen palvelutarjoajan roolia painottava näkemys. Tämän mukaisesti koskenlaskumatkan yhteydessä palvelutarjoamassa korostuu oppaat ja heidän matkan varrella tapahtuvat suulliset esitykset. Oppaat tarjoavat esityksissään, tarinoissaan, kuuliijoilleen elämyksellisyyden, jopa yhteisen sellaisen, rakennusaineita. Oppaat pyrkivät huomioimaan toiminnassaan myös asiakkaiden julkituomia tai piileviä odotuksia viedessään opastettavia kohti "tarinan" onnellista loppua ja elämystä. Näin opastettu retki ja oppaan rooli ylittää matkailijoiden aktiivisuuden ja kehollisen yhdessä tekemisen elementin.

Esitän tutkimuksessani paikan merkityksellistämisen olevan enemmän kuin havainnointia, tilallisen hetken kokemista ja narratiivista symbolointia (Arnould & Price 1993; Arnould et al. 1999; Tuan 1977). Valotan tutkimuksessani palvelumaiseman merkityksellistämisen olevan ennen kaikkea dynaamisessa paikassa tapahtuvaa kehollis-aistillista toimimista ja sen sosiaalista tuottamista. Työni laajentaa myös aiempien luonnonpalvelumaisemakeskusteluiden näkökulmaa palvelutapahtumaan osallistuvien toimijuudesta. Väitän sen voivan olevan enemmän kuin oppaiden tarjoamia narratiiveja tai opastusta. Itse asiassa tutkimustulokseni tuovat esiin sen, että luonnonpalvelun kulutustapahtumaan ei välttämättä liity palvelutarjoajan tuottamaa opastusta. Oppaiden sijaista itse käytännön toteuttajat kykenevät toimimaan tarinan rakentajia ja "(kala)juttujen" kertojina. Esimerkiksi vetouistelukilpailukäytännössä kilpailevat kalastajat, joita voidaan pitää kalastusmatkailijoina, toimivat käytännössään omatoimisina luonnon kalastuskilpailupalvelun kuluttajina ja kanssatuottajina. Vetouistelunkilpailun asiayhteydessä palveluntarjoajien, järjestäjien, ohjeet tai neuvot olisivat käytännön kirjoittamattomien sääntöjen vastaisia. Kilpailijat toimivat toinen toistensa oppaina, he jakavat kollektiivisesti opittua kulttuurillista taitotietoa, esimerkiksi perehdyttämällä uusia jäseniä "veneeseen tavoille" tai venekuntaa laajemmin, esimerkiksi virtuaalisessa ympäristössä. Kyberavaruudessa annetaan apua sitä pyytävälle. Seuran jäsenet kertovat myös toisille veljeskunnan jäsenille ottipaikoista, vaarallisista vesistöosuuksista tai toisten kilpailijoiden olinpaikoista ja liikkumisesta.

Näin harrastamisen monikerrokselliset yhteisöt tuottavat ja muodostavat itse "kalastusmatkailun mekkoja" – niitä ei vain tuoteta ja oteta vastaan. Näin yhtäältä

konkreettisissa teoissa ja toimintaan liittyvässä jaetussa kulttuurisessa ymmärryksessä tehdään tilasta merkityksellistä paikkaa – monikasvoista *aistimaisemaa*. Taitavat vetouisteluharrastajat ovat edelläkävijöitä, jotka omalla toiminnallaan muovaavat tulevia kaupallisen matkailutoiminnan palveluympäristöjä.

Palvelumaisemaa kulutetaan aistimalla ja kehollisissa sekä moniaistillisissa käytännöissä, joissa palvelumaisemaa merkityksellistetään erityiseksi aistimaisemaksi. Luonnon palvelumaiseman kuluttamiseen, tässä yhteydessä kalastuskilpailuun, liittyvät ambient-olosuhteet eivät ole kuluttajien eivätkä palvelun tarjoajan (esim. kilpailun järjestäjän) hallittavissa. Niin ikään kalojen toimijuus, kuten olinpaikka, uintisyvyys tai syöntihalukkuus on hyvin vähän ihmisten manageroitavissa. Kuluttajakalastajan näkökulmasta onnistunut palvelutapahtuman ”totuuden hetki” edellyttää palvelunympäristön osaavaa aistimista ja siihen sopeutumista sekä taitoa aistia kuin kala. Palvelutarjoajien tulisikin omilla toimillaan mahdollistaa oma-toimisten kalastajien toimijuutta luonnon palvelumaisemassa ja edesauttamaa uistelijoita päästä liki kalaa, vaikkapa erilaisten tietolähteiden avulla (mm. saalispäiväkirja; sääpäiväkirja; vinkit). Palvelutarjoajat voisivat myös lisätä tietovirtaa esimerkiksi aiemmasta kalan liikehinnästä ja niihin liittyvistä sääolosuhteista.

Tutkimukseni tukee ja laajentaa myös yhteisöllisiin tapahtumiin ja niiden toimijoihin sekä toimintoihin liittyvää katsantoa (mm. Venkatesh & Peñaloza 2006). Tuon esiin sen, että kilpailutapahtumat itsessään ovat paikkoja, joissa markkinoiden sekä kuluttajien roolit liudentuvat moninaisesti. Kilpailijat lainaavat, vaihtavat tai myyvät valmistamiaan tuotteita toinen toisilleen ja levittävät tietoja toimivista ratkaisuksista. Markkinoijat puolestaan voivat osallistua kilpailuun harrastajayhteisön jäsenten kanssa ollen siten itse kuluttajakalastajia. Lisäksi vetouistelu-yhteisön jäsenet toimivat tuottajakuluttajina (prosumer) harrastukseen liittyvissä sosiaalisissa medioissa sekä kaupallisten kalastusvälinetuottajien tuotekehityksessä. Harrastamistapahtumien toiminnan moninaisuutta on syytä pohtia.

Yhteen vetäen tuottamani laajentunut ymmärrys harrastusilmiöstä, esimerkiksi kalastajien kanssakäymisestä vesistöympäristössä, mahdollistaa elinkeinonharjoittajien potentiaalia parantaa harrastamisen edellytyksiä ja siten harrastajien hyvinvointia. Tutkimukseni edistää siten kotimaisen vesistömatkailun kehityspotentiaalia. Se luo pohjaa kalastusmatkailuyrityksien innovatiiviselle tuotekehitykselle.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimukseni osoittaa, että käytänteoriaan nojaavan kulttuurintutkimuksellinen aistietnografia soveltuu vetouisteluharrastusyhteisön käytännön tarkasteluun. Siten jatkotutkimuksen näkökulmista on luontevaa ehdottaa, että sen periaatteita sovellettaisiin myös johonkin toiseen ulkoilmaharrastukseen. Tällöin aktiviteettia

puretaan ”osiin” ja siitä määritetään yleinen ja harrastajia yhdistävä käytäntö, jota ryhdytään kenttätössä havainnoimaan.

Aistietnografista tutkimusotetta ei tule kuitenkaan sitoa pelkästään luontoympäristössä tapahtuvan käytännön tarkasteluun. Aistietnografia soveltuu hyvin myös esimerkiksi rakennetussa palvelumaisemassa toteutuvan toiminnan tutkimiseen. Etnografinen havainnoija voisi hyvin olla vaikkapa kuntosalilla ja tarkastella eri päivinä aisti kerrallaan ”sisältä päin” salia ja salilla olevia toimijoita ja toimintaa. Havainnoinnissa voidaan perehtyä esimerkiksi kontekstin ääniin ja tuoksuihin. Kiinnittyä tarkkailussa myös kuntoilevan oman kehon toimintaan.

Väitöskirjani etnografisen tutkimuksen empiirinen osuus vastaa pituuden mittapuilla perinteisen etnografian mukaista pidennettyä kenttätöitä. Tulevat tutkimukset voisivat mielestäni koetella myös metodin soveltuvuutta niin kutsuttuun pika-etnografian kontekstiin. Kannustan tulevilla aistietnografioissa metodillisesti rohkeisiin ratkaisuihin, joissa yhdistetään olemassa olevaa (esim. Valtonen et al. 2010) uusiin tapoihin. Esimerkiksi videografialla tai action- videolla aikaansaatu aktiviteetin kuvasto voisi toimia itsenäisenä representaationa, joka piirtää esiin omaa ja toisten toiminnallista tekemistä. Visuaalinen kuvasto voisi toimia oivallisena kumppanina myös etnografiselle kirjoitukselle. Tulevat tutkimukset voisivat myös pyrkiä ratkaisemaan etnografiaan liittyviä haasteita kuten esimerkiksi sitä, kuinka hajun, maun tai tuntoon liittyviä tunteja voitaisiin tuoda paremmin esille.

Kehollisuuden puitteissa avautuu mahdollisuus saavuttaa ymmärrystä kalastavien matkailijoiden vesistöympäristössä tapahtuvan kanssakäymisen kehollis-aistillisesta monimuotoisuudesta. Kehollis-aistillisen näkemyksen avulla voidaan lähestyä ja jäsentää kalastustoimintaa, pohtia sen rytmejä, toisteisuutta ja rutii-neita. Kehollisesti taidollistunut kalastaja on paitsi kalastuskäytännön tekijä, myös oppiva ja mahdollisesti opettava toimija. Esimerkiksi kalastusopas voi pohtia kalastustoimintaa opittuina kehon liikkeinä ja pyrkiä välittämään näitä kehontaitoja opastettavalleen ja yhdessä oppia lajia uudelleen. Tulevat tutkimukset voisivat pyrkiä löytämään vastauksia edellisen kaltaisiin kehollisiin kysymyksiin tai ajatusmaailmaan, laajentaen siten matkailullisen kokonaisuuden käsitystä.

Yksi nykypäivän globaaleista megatrendeistä on väestön vanheneminen. Tämä näkyy myös vapaa-ajankalastuksessa, puhumme kalastusta harrastavien ”ukkoutumisesta”. Kalastuksen kontekstissa ja sitä palvelevan liiketoiminnan kehitystyössä onkin syytä pohtia ikääntyvää kehoa. Miten voisimme huomioida ja mahdollistaa kalastus tilanteessa, jossa tietävä, mutta ajan myötä virsttynyt keho ei liiku tai taivu kuin aiemmin tai kun kehon ikä on todellista ikää vanhempi? Kehon huomioiminen on tärkeää, sillä kalastusta toteuttava kalastava keho on hyvin voivan sielun kantaja. Kehon riittämättömyys (esim. sairaus; ikääntyminen) voivatkin aiheuttaa sen, että harrastajan on pakko luopua jopa koko aktiviteetista. Tulevat harrastuskäytäntöä käsittelevät tutkimukset voisivat pyrkiä piirtämään esiin aktiviteetin urajatkumoa ja sen erilaisia muutos- ja murroskohtia niin yksilön kun

yhteisön näkökulmista. Esimerkiksi harrastuksesta luopuminen ja/tai harrastus-yhteisöstä poistuminen voisivat olla potentiaalisia näkökulmia jatkotutkimuksille.

Tulevat tutkimukset voisivat myös pyrkiä yhdistämään käytäntöteoreettisesti ja aistillisesti suuntautunutta kulutustutkimusta toisiin tieteenaloihin, tutkimuksellisiin konteksteihin ja näkökulmiin. Esimerkiksi kutsumaan ”veneeseen” vaikkapa Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen henkilöitä tutkimaan vapaa-ajankalastusta ympäröivää ekosysteemiä – laajana aistimaisemana ja kulutusympäristönä.

Tässä vaiheessa on aika päättää retki kalastuskilpailukäytäntöön. Hypätä pois veneestä ja hyvästellä Teidät lukijat veljeskuntalaiseen kilpailulogiikkaan liityvään ilmaisuun:

”... kilpailuissa pääsee porisemaan toisille. Mitäpä siitä tulisi, jos ei olisi kenelle kertoa saaduista kaloista tai varsinkaan niistä karanneista – eihän siinä ole mitään järkeä”. (RoMulainen vetouistelija)

Olisiko tämä se ydin, joka pitää yhteisöä yllä nyt ja tulevaisuudessa. Jos niin, heidän yhteisöllinen matka jatkuu – hyvä niin. He ovat aika velikultia.

Kiireitä siimoja,

Vesa

Lähdeluettelo

- Abbott, H. P. (2002). *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Ahola, E. K. (2007). Producing Experience in Marketplace Encounters: a Study of Consumption Experience in Art Exhibitions and Trade Fairs. *Acta Universitatis Oeconomicae Helsinkiensis*. Helsinki School of Economics. A-299.
- Ahopelto, J. & Raatikainen, I. (1994). Verkostosidonnaisuus markkinoinnin kilpailutekijänä – näkökulmana mainonta. Teoksessa Raatikainen, I. & Ahopelto, J. (toim.). Verkostoajattelusta verkostotoimintaan. Kuopion yliopiston julkaisuja E, yhteiskuntatieteet 21, 167–206.
- Alasuutari, P. (1999). Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, P. (2001). Etnografinen tutkimus. Teoksessa Alasuutari, P. (toim.). Johdatus yhteiskuntatutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 65–86.
- Alasuutari, P. (2005). Yhteiskuntatutkimuksen etiikasta. Teoksessa Räsänen, P., Anttila, A-H. & Melin, H. (toim.). *Tutkimus Menetelmien Pyörteissä*. Jyväskylä: PS- kustannus, 15–28.
- Algesheimer, R., Dholakia, U. M., & Herrmann, H. (2005). The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs. *Journal of Marketing*, 69(3), 19–34.
- Allard, F. & Anderson, E. (2005). Ethnography. *Encyclopedia of Social Measurement*, Vol. 1, 833–843.
- Allen Collinson, J. (2003). Running into Injury Time: Distance Running and Temporality. *Sociology of Sport Journal*, 20, 331–350.
- Allen Collison, J. (2008). Running the Routes Together: Corunning and Knowledge in Action. *Journal of Contemporary Ethnography*, 37(1), 38–61.
- Allen, M.W., Gupta, R. & Monnier, A. (2008). The Interactive Effect of Cultural Symbols and Human Values on Taste Evaluation. *Journal of Consumer Research*, Vol. 35, 294–308.
- Allen Ness, S. A. (2004). Being a Body in a Cultural Way: Understanding the Cultural in the Embodiment of Dance. In Thomas H. & Ahmed J. (Eds.). *Cultural Bodies: Ethnography and Theory*. London: Blackwell, 123–144.
- Alon, A. & Brunel, F. (2006). Uncovering Rhetorical Methods of Word-of-Mouth Talk in an Online Community. *Advances in Consumer Research*, Vol 33(1), 501–503.
- American Anthropology Association 1998.
- Andersen, P.H. (2005). Relationship Marketing and Brand Involvement of Professionals Through Web-Enhanced Brand Communities: the Case of Coloplast. *Industrial Marketing Management*, Vol. 34(3), 39–51.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Community*. London: Verso.
- Anderson, L. (2006). Analytic Autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 373–395.
- Argo, J. J., Dahl, D. W. & Morales, A. C. (2006). Consumer Contamination: How Consumers React to Products Touched by Others. *Journal of Marketing*, Vol. 70 (April), 81–94.
- Argo, J. J., Popa, M. & Smith, M. C. (2010). The Sound of Brands. *Journal of Marketing*, Vol. 74(7), 97–109.
- Armstrong, A. & Hagel, J. III (1996). The Real Value of On-Line Communities. *Harvard Business Review*, Vol. 32(5–6): 134–141.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. (1993). River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter. *Journal of Consumer Research*, Vol. 20(1), 24–45.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. & Otnes, C. (1999). Making Consumption Magic: A Study of White-Water River Rafting. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 28(February), 33–68.

- Arnould, E. J., Price, L. L. & Tierney, T. (1998). The Wilderness Servicescape: An Ironic Commercial Landscape. In Sherry, J. F. Jr. (Eds.). *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets*. Chicago: NTC Business, 403–438.
- Arnould, E. J. & Thompson, G. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, Vol. 31(4), 868–882.
- Arnould, E. J. & Wallendorf, M. (1994). Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation. *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, 484–504.
- Askegaard, S. & Linnet, J. T. (2011). Towards an Epistemology of Consumer Culture Theory: Phenomenology, Structure and the Context of Context. *Marketing Theory*, Vol. 11(4), 381–404.
- Atkinson, P., Coffey, A. & Delamont, S. (2001). A Debate about Our Canon. *Qualitative Research*, Vol. (1), 5–21.
- Aubert-Gamet, V. & Cova, B. (1999). Servicescapes: from Modern Non-Places to Postmodern Common places. *Journal of Business Research*, Vol. 44(1), 37–45.
- Autrey, P. K. (2003). *The Trouble with Girls: Autoethnography and the Classroom*. Dissertation. Louisiana State University.
- Bagozzi, R. P. (2000). On the Concept of Intentional Social Action in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, Vol. 27(2), 388–396.
- Bagozzi, R. P. & Dholakia, U. M. (2002). Intentional Social Action in Virtual Communities. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 16(2), 2–21.
- Bagozzi, R. P. & Dholakia, U. M. (2006). Antecedents and Purchase Consequences of Customer Participation in Small Group Brand Communities. *International Journal Research in Marketing*, Vol. 23(1), 45–61.
- Bal, M. (1999). *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative* (2nd ed.). Toronto: University of Toronto Press.
- Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. London: Sage.
- Barnard, A. (2000). *History and Theory in Anthropology*. Cambridge: Cambridge.
- Barnes, B. (2001). Practice as Collective Action. In Schatzki, T. & Cetina, K. & Von Savigny, E. (Eds.). *Practice Turn in Contemporary Theory*. London and New York: Routledge, 17–28.
- Basso, K. H. (1996). *Wisdom Sits in Places: Landscape and Language Among the Western Apache*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Beatty, J. & Torbert, W. (2003). The False Duality of Work and Leisure. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 12(3), 239–252.
- Becker, H. S. (1960). Notes of the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, Vol. 66(7), 32–40.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Vol. 15(9), 139–503.
- Belk, R. W. & Costa, J. A. (1998). The Mountain Man Myth: a Contemporary Consuming Fantasy. *Journal of Consumer Research*, Vol. 25(3), 218–240.
- Belk, R. W. & Kozinets, R. V. (2005). Videography in Marketing and Consumer Research. *Qualitative Market Research*, Vol. 8, 128–141.
- Belk, R. W., Wallendorf, M. & Sherry, J. (1989). The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on The Odyssey. *Journal of Consumer Research*, Vol. 16(1), 1–38.
- Bender, B. (2006). Place and Landscape. In Tilley, C., Keane, W., Kuchler, S., Rowlands, M. & Spyer, P. (Eds.). *Handbook of Material Culture*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications, 315–324.
- Bendix, R. (2005). Contents Introduction: Ear to Ear, Nose to Nose, Skin to Skin: The Senses in Comparative Ethnographic Perspective. *Anthropological Journal*, Vol. 18(1), 3–14.
- Benedikt, M. (1991). Introduction. In Benedikt, M. (Eds.). *Cyberspace: First steps*. London: MIT Press, 1–26.
- Bengtsson, A., Ostberg, J. & Kjeldgaard, D. (2005). Prisoners in Paradise: Subcultural Resistance to the Marketization of Tattooing. *Consumption, Markets & Culture*, Vol. 8(3), 261–274.

- Berg, B. L. (2008). *Visual Ethnography*. The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 934–937.
- Berman, N. (2011). *German Literature on the Middle East: Discourses and Practices, 1000–1989*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Beverland, M., Farrelly, F. & Quester, P. (2006). Brand-Personal Values Fit and Brand Meanings: Exploring How Individual Values Influence Brand Loyalty in Extreme Sports Subcultures. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, 21–27.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, Vol. 56 (April), 57–71.
- Blair, M. E. & Hyatt, E. M. (1997). Meanings of the Home in Popular Song Lyrics: A Feminist Critique Examining Rock and Country Music. *Consumption Markets and Culture*, Vol. 1(3), 250–271.
- Bloch, P. H., Black, W. & Lichtenstein, D. (1989). Involvement with the Equipment Component of Sport: Links to Recreational Commitment. *Leisure Sciences*, Vol. 11(3), 187–200.
- Bond, G. (1990). Fieldnotes; Research in Past Occurrences. In Sanjeck, R. (Eds.). *Fieldnotes: The Makings of Anthropology*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 273–289.
- Bonsu, S. & Belk, R. W. (2003). Do Not Go Cheaply into That Good Night: Death-Ritual Consumption in Asante, Ghana. *Journal of Consumer Research*, Vol. 30(6), 41–55.
- Booms, B. H. & Bitner, M. J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms. In Donnelly, J. & George, W. R. (Eds.). *Marketing of Services*. Chicago: American Marketing Association, 47–51.
- Boorstin, D. (1974). *The Americans: The Democratic Experience*. New York: Random House.
- Borthwick, F. (2000). Olfaction and Taste: Invasive Odours and Disappearing Objects. *The Australian Journal of Anthropology*, Vol. 11(2), 127–139.
- Bosmans, A. (2006). Scents and Sensibility: When Do (In)Congruent Ambient Scents Influence Product Evaluations? *Journal of Marketing*, Vol. 70(3), 32–43.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Trans. Richard Nice.
- Bradford, K. D. & Desrochers, D. M. (2009). The Use of Scent to Influence Consumers: The Sense of Using Scents to Make Cents. *Journal of Business Ethics*, Vol. 90, 141–153.
- Brewer, J. (2000). *Ethnography*. Buckingham: Open University Press.
- Brewer, J. (2004). *Ethnography*. In Cassell, C. & Symon, G. (Eds.). *Essential Guide to Qualitative Methods in Organisations Research*. London: Sage, 312–322.
- Brint, S. (2001). *Gemeinschaft Revisited: A Critique and Reconstruction of the Community Concept*. *Sociological Theory*, Vol. 19(1), 1–23.
- Brown, S. (1998). Romancing the Market: Sex, Shopping and Subjective Personal Introspection. *Journal of Marketing Management*, Vol. 14(7–8), 783–798.
- Brownlie, D., Hewer, P. & Treanor, S. (2007). Sociality in Motion: Exploring Logics of Tribal Consumption Among Cruisers. In Cova, B., Kozinets, R. V & Shankar, A. (Eds.). *Consumers Tribes*. Butterworth-Heinemann: Oxford, England, 107–128.
- Brumbaugh, A. M. (2002). Source and Nonsource Cues in Advertising and Their Effects on the Activation of Cultural and Subcultural Knowledge on the Route to Persuasion. *Journal of Consumer Research*, Vol. 29(2), 258–269.
- Bruner, G. C. (1990). Music, Mood and Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 54(4), 94–104.
- Bryan, H. (1977). Leisure Value Systems And Recreational Specialization: the Case of Trout Fishermen. *Journal of Leisure Research* 9(1), 174–187.
- Bryan, H. (1979). *Conflict in The Great Outdoors*. Sociological Study Number 4. University of Alabama, Bureau of Public Administration.
- Buchanan, T. (1985). Commitment and Leisure Behavior: a Theoretical Perspective. *Leisure Sciences*, Vol. 7(4), 401–420.
- Buchanan, B., Givon, M., & Goldman, A. (1987). Measurement of Discrimination Ability in Taste Tests: an Empirical Investigation. *Journal of Marketing Research*, Vol. 24(2), 154–163.

- Bull, M. (2002). The Seduction of Sound in Consumer Culture. *Journal of Consumer Culture* 2(1), 81–101.
- Bull, M. (2004). Soundscapes of the Car: A Critical Ethnography of Automobile Habitation. *Theory, Culture & Society*, Vol. 21 (4/5), 185–202.
- Bull, M. & Back, L. (2003). *The Auditory Culture Reader*. Oxford: Berg.
- Burns, R. (2000). *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman.
- Buttinen, A. & Seamon, D. (1980). *The Human Experience of Space and Place*. New York: St. Martin's Press.
- Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Campbell, C. (2005). The Craft Consumer. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5(1), 23–42.
- Carlsson, B. (2001). Depicting Experiences. *Scandinavian Journal of Educational Research*, Vol. 45(2), 125–143.
- Casey, E. (1987). *Remembering: A Phenomenological Study*. Bloomington: Indiana University Press.
- Casey, E. (1996). How to Get From Space to Place in a Fairly Short Stretch of Time: Phenomenological Prolegomena. In Feld, S. & Basso, K. H. (Eds.). *Senses of Place*. Santa Fe: New Mexico School of American Research Press, 13–52.
- Casey, E. (2001). Between Geography and Philosophy: What Does It Mean to Be in the Place-World? *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 91, 683–693.
- Catterall, M. & Maclaran, P. (2002a). Researching the Social Web: Marketing Information from Virtual communities. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 20(6), 319–326.
- Catterall, M. & Maclaran, P. (2002b). Researching Consumers in the Virtual worlds: A Cyberspace Odyssey. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 1(3), 228–237.
- Celsi, R. L., Rose, R. L. & Leigh T. W. (1993). An Exploration of High-Risk Leisure Consumption through Skydiving. *Journal of Consumer Research*, Vol. 20(1), 1–23.
- Chalmers, T. D. (2006). Emancipation Through Modernist Pursuits: Discipline of Running. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, 15–20.
- Chalmers, T. D. & Arthur, D. (2008). Hard-Core Members of Consumption-Oriented Subcultures Enactment of Identity: The Sacred Consumption of Two Subcultures. *Advances in Consumer Research*, Vol. 8, 570–575.
- Chalmers, T. D. & Schau, H. J. (2007). We Love to Hate You: Discourse Between the Distance Running Subculture and Mainstream Media. *Advances in Consumer Research*, Vol. 34, 187–188.
- Chan, K.W. & Li, S.Y. (2010). Understanding Consumer-to-Consumer Interactions in Virtual Communities: The Salience of Reciprocity. *Journal of Business Research*, Vol. 63(9–10), 1033–1040.
- Christensen, G. L. & Olson, J. C. (2002). Mapping consumers' Mental Models With ZMET. *Psychology and Marketing*, Vol. 19, 477–501.
- Citrin, A. V., Stem, D. E., Spangenberg, E. R., & Clark, M. J. (2003). Consumer Need for Tactile Input: an Internet Retailing Challenge. *Journal of Business Research*, Vol. 56(11), 915–922.
- Classen, C. (1993). *Worlds of Sense: Exploring the Sense in History and Across Cultures*. London: Routledge.
- Classen, C. (1997). Foundations for an Anthropology of the Senses. *International Social Science Journal*, Vol. 153, 401–412.
- Classen, C. (2005). *The Book of Touch*. New York: Berg.
- Classen, C. & Howes, D. (2006). The Museum as Sensescape: Western Sensibilities and Indigenous Artifacts. In Edwards, E., Gosden, C. & Phillips, R. (Eds.). *Sensible Objects: Colonialism, Museums and Material Culture*. Oxford, GBR: Berg Publishers, 199–222.
- Clifford, J. & Marcus, G. (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Culture*. Berkeley: University of California Press.
- Coffey, A. (1999). *The Ethnographic Self, Fieldwork and the Representation of Identity*. London: Sage Publications.

- Colleyn, J.-P. (2009). Jean Rouch (Textes). Paris: Cahiers du Ciné.
- Collier, J. (1967). *Visual Anthropology: Photography as a Research Method*. New York: Holt Reinhardt and Winston.
- Collier, J. Jr. & Collier, M. (1986). *Visual Anthropology: Photography as a Research Method*. Albuquerque, New Mexico: University of New Mexico Press.
- Connor, S. (2005). Michel Serres' Five Senses. In Howes, D. (Eds.). *Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader*, Oxford, New York: Berg, 318–334.
- Conquergood, D. (1991). Rethinking Ethnography: Towards a Critical Cultural Politics. *Communication Monographs*, Vol. 58(6), 179–194.
- Conquergood, D. (2002). Performance Studies: Interventions and Radical Research. *The Drama Review*, Vol. 46(2), 145–156.
- Cova, B. (1997). Community and Consumption: Toward a Definition of the "Linking Value" of Product or Services. *European Journal of Marketing*, Vol. 31(3/4), 297–316.
- Cova, B. & Cova, V. (2001). Tribal Aspects of Postmodern Consumption: the Case of French in-line Roller Skaters. *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 1(1), 67–76.
- Cova, B. & Cova, V. (2002). Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and its Impact on the Conduct of Marketing. *European Journal of Marketing*, Vol. 36(5/6), 595–620.
- Cova, B. & Dalli, D. (2007). Community Made: From Consumer Resistance to Tribal Entrepreneurship. *European Advances in Consumer Research* 8.
- Cova, B., Kozinets, R.V. & Shankar, A. (2007). Tribes, Inc.: the New World in Tribalism. In Cova, B., Kozinets, R.V. & Shankar, A. (Eds.). *Consumers Tribes*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 3–26.
- Cova, B. & Pace, S. (2006). Brand Community of Convenience Products: New Forms of Customer Empowerment – the Case "My Nutella The Community". *European Journal of Marketing*, Vol. 40(9/10), 1087–1105.
- Cova, B., Pace, S. & Park, D. J. (2007). Global Brand Communities Across Borders: the Warhammer case. *International Marketing Review*, Vol. 24(3), 313–329.
- Crossley, N. (1995). Merleau-Ponty, the Elusive Body and Carnal Sociology. *Body & Society*, Vol. 1(1), 43–63.
- Crouch, D. & Desforges, L. (2003). The Sensuous in the Tourist Encounter. *Tourist Studies*, Vol. 3, 5–22.
- Crusco A. H. & Wetzel C. G. (1984). The Midas Touch: the Effects of Interpersonal Touch on Restaurant Tipping. *Pers Soc Psychol Bull*, Vol. 10(4), 512–517.
- Csikszentmihályi, M. (1975). *Beyond Boredom and Anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Cytowic, R.E. (2002). *Synaesthesia: A Union of the Senses* (2nd Edition). Cambridge: MIT Press.
- Dahl, D. W. (2010). Understanding the Role of Spokesperson Voice in Broadcast Advertising. In Krishna, A. (Eds.). *Sensory Marketing: Research on the Sensuality of Products*. New York, NY: Taylor and Francis, 169–183.
- Davidson, L., McNeill L. & Ferguson, S. (2007). Magazine Communities: Brand Community Formation in Magazine Consumption. *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 27(5–6), 208–220.
- Davies, C.A. (1999). *Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others*. London: Routledge.
- de Araujo, I. E. T. & Rolls, E. T. (2004). Representation in the Human Brain of Food Texture and Oral Fat. *Journal of Neuroscience*, Vol. 24, 3086–3093.
- de Burgh-Woodman, H. & Brace-Govan, J. (2007). We Do Not Live to Buy: Why Subcultures are Different from Brand Communities and the Meaning for Marketing Discourse. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 27(5/6), 193–207.
- de Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California. Trans. Steven Rendall.
- Deegan, M. J. (2001). The Chicago School of Ethnography. In Atkinson, P. et al. (Eds.). *Handbook of Ethnography*. Thousand Oaks: Sage, 11–25.

- Deem, R. (1988). *Work, Unemployment and Leisure*. London: Routledge.
- de Grazia, S. (1962). *Of Time, Work and Leisure*. New York: Twentieth Century Fund.
- de Laine, M. (2000). *Fieldwork, Participation and Practice: Ethics and Dilemmas in Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1989). *Interpretive Interactionism*. Newbury Park, CA: Sage.
- Denzin, N. K. (1992). Whose Cornerville is it Anyway? *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 21, 120–132.
- Denzin, N. K. (2003). Performing [auto] Ethnography Politically. *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, Vol. 25, 257–278.
- Denzin, N. K. (2006). *Sociological Methods: A Sourcebook*. NJ: Aldine Transaction, Rutgers.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 1–28.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2003). *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y.S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Third Edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dethloff, C. H. (2005). *A Principal in Transition: An Autoethnography*. A dissertation. Texas A&M University.
- De Valck, K., Rokka, J. & Hietanen, J. (2009). Videography in Consumer Research: Visions for a Method on the Rise. *Finanza Marketing e Produzione*, Vol. 27, 81–100.
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P. & Pearo, L. K. (2004). A Social Influence Model of Consumer Participation in Network and Small Group-Based Virtual Communities. *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 21(3), 241–263.
- Dionisio, P., Leal, C. & Moutinho, L. (2008). Fandom Affiliation and Tribal Behaviour: a Sports Marketing Application. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 11(1), 17–39.
- Dreyfus, H. & Dreyfus, S. (1986). *Mind Over Machine: The Power of Human Intuition and Expertise in the Era of the Computer*. New York: The Free Press.
- Dubé, L., & Morin, S. (2001). Background Music Pleasure and Store Evaluation: Intensity Effects and Psychological Mechanisms. *Journal of Business Research*, Vol. 54(2), 107–113.
- Dumazedier, J. (1974). *Sociology of Leisure*. New York: Elsevier Scientific Public Co.
- Durie, B. (2005). Future sense. *New Scientist*, 2484, 33–36.
- Durkheim, E. ([1915] 1965). *The Elementary Forms of the Religious Life*. New York: Free Press.
- Edwards, E. (1992). *Anthropology and Photography*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Edwards, A. & Skinner, J. (2009). *Qualitative Research in Sport Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ehn, B. & Löfgren, O. (2010). *The Secret World of Doing Nothing*. Los Angeles: University of California Press.
- Elder, R. S. & Krishna, A. (2010). The Effects of Advertising Copy on Sensory. Thoughts and Perceived Taste. *Journal of Consumer Research*, Vol. 36, 748–756.
- Ellen, R. F. (1984). *Ethnographic Research: A Guide to General Conduct*. London: Academic Press.
- Elliot, J. (2005). *Using Narrative in Social Research. Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publications
- Elliott, R. (1999). Symbolic Meaning and Postmodern Consumer Culture. In Brownlie, D., Saren, M., Wensley, R. & Wittington, R. (Eds.). *Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings*, London, Sage Publications Ltd., 112–125.
- Elliott, R. & Jankel-Elliott, N. (2003). Using Ethnography in Strategic Consumer Research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 6(4), 215–223.
- Ellis, C. (2004). *The Ethnographic I: A Methodological Novel About Autoethnography*. Walnut Creek: Alta Mira.

- Ellis, C. & Bochner, A. (2000). Autoethnography, Personal narrative, Reflexivity: Researcher as Subject. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed.). London: Sage, 733–768.
- Emerson, R., Fretz, R., & Shaw, L. (1995). *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Eskola, J. & Suoranta, J. (2003). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Gummerus.
- Fabian, J. (1983). *Time and the Other: How Anthropology Makes Its Object*. Columbia University Press.
- Falk, P. (1994). *The Consuming Body*. London: Sage.
- Featherstone, M. (1991/2001). The Body in Consumer Culture. In Featherstone, M., Hepworth M. & Turner B. (Eds.). *The Body: Social Process and Cultural Theory*. Sage Publications: London, UK, 170–196.
- Feld, S. (2005). Places Senses, Senses Placed. In *Empire of the senses: The Sensual Cultural Reader*. Oxford, CA: Berg.
- Feld, S. & Basso, K. (1996). Senses of Place. School of American Research, Santa Fe.
- Feldman, M. S., Bell, J. & Berger, M. T. (2003). *Gaining Access: A Practical and Theoretical Guide for Qualitative Researchers*. Walnut Creek, CA: Altamira.
- Ferraro, G. (2008). *Cultural Anthropology: an Applied Perspective*. Wadsworth Publishing Company: Belmont CA.
- Fine, G.A. (1996). *Kitchens: The Culture of Restaurant Work*. University of California, Berkeley CA.
- Fingerroos, O. (2003). Refleksiivinen paikantaminen kulttuurien tutkimuksessa. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura ry. http://cc.joensuu.fi/~loristi/2_03/fin203c.html.
- Finholt, T. & Sproull, L. S. (1990). Electronic Groups at Work. *Organization Science*, Vol. 1(1), 41–64.
- Firat, F. A. (1991). The Consumer in Postmodernity. *Advances in Consumer Research*, Vol. 17, 60–61.
- Firat, F. A. & Dholakia, N. (1998). *Consuming People: From Political Economy to Theatres of Consumption*. London: Routledge.
- Firat, F. A. & Dholakia, N. (2006). Theoretical and Philosophical Implications of Postmodern Debates: Some Challenges to Modern Marketing. *Marketing Theory*, Vol. 6(2), 123–162.
- Firat, F. A. & Venkatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, 239–267.
- Fisher, E., Bristor, J. & Gainer, B. (1996). Creating or Escaping Community? An Exploratory Study of Internet Consumers' Behavior, *Advances in Consumer Research*, Vol. 23(1), 178–182.
- Fiskeriverket & Turistdelegationen (1999). Fisketurism – en naturlig näring. Förutsättningar och möjligheter för utveckling av svensk fisketurism. Fiskeriverket information 1999:5.
- Flavián, C. & Guinalíu, M. (2005). The Influence of Virtual Communities on Distribution Strategies in the Internet. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 33(6), 405–425.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish*. New York: Pantheon.
- Foucault, M. (1990). *The history of sexuality: The care of the self*. London: Penguin.
- Fournier, S., Sensiper, S., McAlexander, J. H. & Schouten, J. W. (2001). Building Brand Community on the Harley-Davidson Posse Ride. Harvard Business School Case. Reprint No. 501009, Milwaukee.
- Fox, K. J. (1987). Real Punks and Pretenders: The Social Organization of a Counterculture. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 16(3), 344–370.
- Franklin, A. (2001). Neo-Darwinian Leisure, the Body and Nature: Hunting and Angling in Modernity. *Body and Society*. Vol. 4, 57– 76.
- Franosch, J-M. P., Hagedorn H. J. A., Goulet, J., Engelmann, J. & Van Hemmen, J. L. (2009). Wake Tracking and the Detection of Vortex Rings by the Canal Lateral Line of Fish. *Physical Review Letters*, Vol. 103(7), 78–102.

- Förnäs, J. (1998). *Kulttuuriteoria. Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Tampere: Vastapaino.
- Gabriel, Y. (2004). Narratives, Stories and Texts. In Grant et al. (Eds.). *The Sage Handbook of Organizational Discourse*. London: Sage, 61–77.
- Gahwiler, P. & Havitz, M. (1998). Toward a Relational Understanding of Leisure Social Worlds, Involvement, Psychological Commitment and Behavioral Loyalty. *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol. 13(2), 1–23.
- Gallmeier, C. P. (1991). Leaving, Revisiting, and Staying in Touch: Neglected Issues in Field Research. In Shaffir, W. B & Stebbins, R. A. (Eds.). *Experiencing Fieldwork: An Inside View of Qualitative Research*. Newbury Park, CA: Sage, 224–231.
- Garry, T., Broderick, A. J. & Lahiffe, K. (2008). Tribal Motivation in Sponsorship and its Influence on Sponsor Relationship Development and Corporate Development. *Journal of Marketing Management*, Vol. 24(9–10), 959–977.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Geertz, C. (1988). *Works and Lives: The Anthropologist as Author*. Stanford: Stanford University Press.
- Gelber, S. M. (1999). *Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America*. New York: Columbia University Press.
- Gelder, K. (2005). Introduction. In Gelder, K. (Eds.). *The Subcultural Reader* (2nd edition). NY: Routledge, 1–18.
- Gherardi, S. (2000). Practice-based theorizing on learning and knowing in organizations: An introduction. *Organization*, Vol. 7, 211–24
- Gherardi, S. (2009). Introduction. *The Critical Power of the Practice Lens, Management Learning*, Vol. 40(2), 115–128.
- Gherardi, S. (2011). Telemedicine: A Practice-based Approach to Technology. *Human Relations*, Vol. 63(4), 501–524.
- Gibson, J. J. [(1966) 1983]. *The Senses Considered as Perceptual Systems*. Westport CT: Greenwood Press.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. London: Harper.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity.
- Giesler, M. & Pohlmann, M. (2002). The Anthropology of File Sharing: Consuming Napster as a Gift. *Advances in Consumer Research*, Vol. 30, 273–279.
- Giesler, M., Pohlmann, M. & Mennicken, C. (2001). The Song Behind the Screen: Musical Cyberconsumption in a Global World. In Scott M. Smith (Eds.). *Cross-Cultural Research*. Oahu: Brigham Young University.
- Giesler, M. & Schroeder, J. E. (2006). The Sounds of Consumption: Listening to the Musical Landscape. *European Advances in Consumer Research*, Vol. 7, 498–501.
- Gobo, G. (2008). *Doing Ethnography*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Godbey, G. & Parker, S. (1976). *Leisure Studies and Services: An Overview*. Philadelphia: W.B. Saunders.
- Gonzalez, L. M. (2005). The Impact of ad Background Colour on Brand Personality and Brand Preferences. http://csulb.edu/colleges/cba/honors/thesis/documents/Luz_Gonzalez_Thesis.pdf.
- Goodall, H. L. Jr. (2000). *Writing the New Ethnography*. Lanham, MD: AltaMira Press/Rowman & Littlefield.
- Gorn, G. J. (1982). The Effects of Music in Advertising on Choice Behavior: A Classical Conditioning Approach. *Journal of Marketing*, Vol. 46(1), 94–101.
- Gorn, G. J., Pham, M. T., & Sin, L. Y. (2001). When Arousal Influences and Evaluation and Valence Does Not (and Vice Versa). *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 11(1), 43–55.
- Gosden, C. (2001). Making Sense: Archaeology and Aesthetics. *World Archaeology*, Vol. 33(2), 163–167.
- Goulding, C. & Follett, J. (2002). Subcultures, Women and Tattoos: an Exploratory Study Gender, Marketing and Consumer Behaviour. *Association for Consumer Research*, Vol. 6, 37–54.

- Goulding, C. & Saren, M. (2009). Performing identity: An Analysis of gender expressions at the Whitby Goth Festival. *Consumption, Markets & Culture*, Vol. 12(1), 27–46.
- Gram-Hanssen, K. (2010). Standby Consumption in Households Analysed with a Practice Theory Approach. *Journal of Industrial Ecology*, Vol. 14(1), 150–165.
- Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding Change and Continuity in Residential Energy Consumption. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 11(1), 61–78.
- Granitz, N. A. & Ward, J. C. (1996). Virtual Community: A sociogognitive Analysis Advances in Consumer Research, Vol. 23(2), 161–166.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T. & Czaplewski, A. J. (2005). How e-Communities Extend the Concept of Exchange in Marketing: an Application of the Motivation, Opportunity, Ability (MOA) theory. *Marketing Theory*, Vol. 5(1), 33–49.
- Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (2008). Narrative Ethnography. In Nagy Hesse-Biber, S. & Leavy, P. (Eds.). *Handbook of Emergent Methods*. New York: Guilford Publications, 241–266.
- Gusfield, J. (1978). *Community: A Critical Response*. New York: Harper & Row.
- Hagel, J. III & Armstrong, A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hagel, J. III & Singer, M. (1999). *Network: Shaping Markets When Customers Make the Rules*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hakkarainen, T. & Hyvärinen, M.-L. (1999). Puheviestintää oppimaan. Jyväskylän yliopiston soveltavan kielentutkimuksen keskus. Kielikeskusmateriaalia 121.
- Halkier, B. & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research: Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Culture*, Vol. 11, 101–123.
- Halkier, B., Katz-Gerro, T. & Martens, L. (2011). Applying Practice Theory to the Study of Consumption: Theoretical and methodological considerations. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 11, 3–13.
- Hammersley, M. (1992). *What's Wrong With Ethnography? – Methodological Explorations*. London: Routledge.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (1995). *Ethnography: Principles in Practice* (2nd edition). Routledge: London and New York.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice* (3rd edition). Routledge: London and New York.
- Hand, M. & Shove, E. (2007). Condensing Practices: Ways of Living with the Freezer. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 7(1), 79–104.
- Handwerker, W. P. (2002). *Quick Ethnography: A Guide to Rapid Multi-Method Research*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press.
- Handy, C. (1995). Trust and the Virtual Organization. *Harvard Business Review*, Vol. 73(3), 40–48.
- Hannerz, U. (2003). Being There . . . and There . . . and There! Reflections on Multi-site Ethnography. *Ethnography*, Vol. 4, 229–244.
- Harper, D. (2000). Reimagining Visual Methods: Galileo to Neuromancer. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage, 717–732.
- Harper, D. (2002). Talking about Pictures: A case for Photo Elicitation. *Visual Studies*, Vol. 17, 13–26.
- Harris, M. & Johnson, O. (2000). *Cultural Anthropology*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Haslop, C., Hill, H. & Schmidt, R. A. (1998). The Gay Lifestyle – Spaces for a Subculture of Consumption. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 16(5), 318–326.
- Hayano, D. (1979). Auto-ethnography: Paradigms, problems, and prospects. *Human Organization*, Vol. 38, 99–104.
- Heaton, J. (2004). *Reworking Qualitative Data*. London: Sage Publications.

- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.
- Heider, K. G. (1975). What do people do? Dani Auto-Ethnography. *Journal of Anthropological Research*, Vol. 31, 3–17.
- Heider, K. G. (2006). *Ethnographic Film*. Austin: University of Texas Press.
- Heikkinen, H. L. T. (2010). Narratiivinen tutkimus – todellisuus kertomuksena. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 143–158.
- Heinonen, E. (2004). Aktiivinen harrastus työn siirtymän ja kompensaaion ilmentymänä: case matkailuoppaat. Sarja A-6. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Heisley, D. D. & Levy, S. J. (1991). Autodriving: A Photo elicitation Technique. *Journal of Consumer Research*, Vol. 18, 257–272.
- Hemetsberger, A. (2005). Creative Cyborgs: How Consumers Use the Internet for Self-realization. *Advances in Consumer Research*, Vol. 32, 653–660.
- Hemetsberger, A. (2006). When David Becomes Goliath: Ideological Discourse in New Online Consumer Movements. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, 494–500.
- Hemmi, J. (1993). *Oppikirja kotimaan matkailusta*. Jyväskylä: Gummerus.
- Hemmi, J. (1995). *Ympäristö- ja luontomatkailu*. Virolahti: Vapaa-Ajan Konsultit Oy.
- Hentinen, L. (2008). Venematkailu Suomen matkailustrategiassa. Paperi esitetty Pidä Saaristi Siistinä ry:n satamaseminaarissa, Kemi.
- Heritage, J. (1996). Harold Garfinkel ja etnometodologia. [Garfinkel and ethnomethodology, 1991]. Helsinki: Gaudeamus. Suom. Arminen, I.
- Herz, R. (2007). *The Scent of Desire: Discovering Our Enigmatic Sense of Smell*, HarperCollins.
- Hetherington, K. (1998). *Expressions of Identity: Space, Performance, Politics*. London, Thousand Oaks Ca., New Delhi: Sage/Theory, Culture and Society.
- Hindmarsh, J. & Pilnick, A. (2007). Knowing Bodies at Work: Embodiment and Ephemeral Teamwork in Anaesthesia. *Organization Studies*, Vol. 28(9), 1395–1416.
- Hine, C.M. (2000). *Virtual Ethnography*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- Hockey, J. & Allen Collinson, J. (2007). Grasping the Phenomenology of Sporting Bodies. *International Review for the Sociology of Sport*, Vol. 42(2), 115–131.
- Hockey, J. & Allen Collinson, J. (2009). The Sensorium at Work: The Sensory Phenomenology or the Working Body. *Sociological Review*, Vol. 57(2), 217–239.
- Hoegg, J. & Alba, J. W. (2007). Taste Perception: More than Meets the Tongue. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 33, 490–498.
- Hoffman, A. K. (2009). *Scientific Writing and Communication: Papers, Proposals, and Presentations*. Oxford: Oxford University Press.
- Holbrook, M. B. (2005). Customer Value and Autoethnography: Subjective Personal Introspection and the Meanings of a Photograph Collection. *Journal of Business Research*, Vol. 58(1), 45–61.
- Holbrook, M. B. & Huber, J. (1979). Separating Perceptual Dimensions From Affective Overtones: An Application to Consumer Aesthetics. *Journal of Consumer Research*, Vol. 5(3), 272–283.
- Holt, D. B. (1991). Rashomon Visits Consumer Behavior: An Interpretive Critique of Naturalistic Inquiry. *Advances in Consumer Research*, Vol. 18, 57–62.
- Holt, D. B. (1995). How Consumers Consume: A Taxonomy of Baseball Spectator's Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, Vol. 22(1), 1–16.
- Holt, D. B. (1997). Poststructuralist Lifestyle Analysis: Analyzing the Patterning of Consumption in Postmodernity. *Journal of Consumer Research*, Vol. 23(12), 326–350.
- Holt, D.B. (2002). Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding. *Journal of Consumer Research*, Vol. 29(1), 70–90.
- Hornik, J. (1992). Tactile Stimulation and Consumer Response. *Journal of Consumer Research*, Vol. 19(3), 449–458.

- Houston, S. & Taube, K. (2000). An Archaeology of the Senses: Perceptual and Cultural Expression in Ancient Mesoamerica. *Cambridge Archaeological Journal*, Vol. 10, 261–294.
- Howes, D. (2003). *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Howes, D. (2005). An Introduction: Empire of the Senses. In Howes, D. (Eds.). *Empire of the Senses: The Sensual Culture Reader*. Oxford, New York: Berg, 1–20.
- Howes, D. (2009). Introduction: The Revolving Sensorium. In Howes, D. (Eds.). *The Sixth Sense Reader*. Oxford, New York: Berg, 1–54.
- Hudson, C. (2004). Reducing Inequalities in Field Relations: Who Gets the Power? In Jeffrey, B. & Walford, G. (Eds.). *Studies in Educational Ethnography. Ethnographies of Educational and Cultural Conflicts: Strategies and Resolutions*. Oxford: Elsevier, 67–82.
- Huizinga, J. (1984). *Homo Ludens: A study of the play-element in culture*. Boston: The Beacon Press.
- Hull, J.M. (1997). *On Sight and Insight: A Journey into the World of Blindness*. Oxford: One World Book.
- Hultén, B, Broweus, N. & van Dijk, M. (2009). *Sensory Marketing*. Palgrave Macmillan.
- Huttunen, M. (2005). *Värit pintaa syvemmältä*. Porvoo: WSOY.
- Hänninen, V. (1999). *Sisäinen tarina, elämä ja muutos*. Tampere: Acta Universitatis Tampereensis 696.
- Ilmatieteenlaitos (2009). Kesäsään tilastoja 1970–2000. Luettu 30.8.2009. http://www.fmi.fi/saa/tilastot_106.html#1
- Iso-Ahola, S. (1980). *The Social Psychology of Leisure and Recreation*. Dubuque. Wm. C. Brown: Iowa.
- Itkonen, T. (1982). *Kieliopas*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Iversen, R.R. (2009). Getting Out in Ethnography. A Seldom-told Story. *Qualitative Social Work*, Vol. 8(1), 9–26.
- Iwasaki, Y. & Havitz, M. E. (1998). A Path Analytic Model of the Relationship Between Involvement, Psychological Commitment, and Loyalty. *Journal of Leisure Research*, Vol. 30(2), 256–280.
- Jackson, M. (1983). Knowledge of the Body. *Man N/S*, Vol. 18(2), 327–345.
- Jalas, M. (2006). *Busy, Wise and Idle Time: a Study of the Temporalities of Consumption in the Environmental Debate*. Helsinki School of Economics. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis. A-275.
- Janis, I. L. & Mann, L. (1977). *Decision Making. A Psychological Analysis of Conflict, Choice and Commitment*. New York: The Free Press.
- Johnson, G. J. & Ambrose, P. J. (2006). Neo-tribes: the Power and Potential of Online Communities in Health Care. *Communications of the ACM*, Vol. 49(1), 107–13.
- Johnson, S. L., Sommer, R., & Martino, V. (1985). Consumer Behavior at Bulk Food Bins. *Journal of Consumer Research*, Vol. 12(1), 114–117.
- Johnstone, B. A. (2006). Ethnographic Methods in Entrepreneurship Research. In Neergaard, H. & Ulhøi, J. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 97–121.
- Jokiniemi, J. (2007). Kaupunki kaikille aisteille: moniaistisuus ja saavutettavuus rakennetussa ympäristössä. Teknillisen korkeakoulun arkkitehtiosaston tutkimuksia 29.
- Jones Q. & Rafaeli, S. (2000). What Do Virtual "Tells" Tell? Placing Cybersociety Research into a Hierarchy of Social Explanation, 33rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1011–1021.
- Jones, S. G. (1998). Information, Internet, and Community: Notes Towards an Understanding of Community in the Information Age. In Jones, S. G. (Eds.). *CyberSociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Sage Publications: Thousand Oaks, CA, 1–34.
- Jones, S. H. (2005). Autoethnography: Making the Personal Political. In Denzin N. K. & Lincoln Y. S. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage, 763–792.

- Joy, A. & Sherry, J.F. Jr. (2003). Speaking of Art as Embodied Imagination: A Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience. *Journal of Consumer Research*, Vol. 30(9), 259–282.
- Juniu, S. (2000). Downshifting: Regaining the Essence of Leisure. *Journal of Leisure Research*, Vol. 32(1), 69–73.
- Jütte, R. (2005). *A History of the Senses: From Antiquity to Cyberspace*. Cambridge, UK: Polity press.
- Jyrinki, H. (2010). Lemmikinomistajan monet kasvot – Moniparadigmainen tutkimus kuluttaja-subjektista lemmikkeihin liittyvässä kuluttamisessa. *Acta Wasaensia* 224.
- Jyrinki, J., Leipämaa-Leskinen, H. & Seppälä, K. (2006). Kuluttajakonteksti dynaamisen kuluttajan silmin. *Kuluttajatutkimus. Nyt*, Vol. 1, 19–35.
- Järviluoma, J. (1994). Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa Aho, S. (toim.). *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteena*. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, 31–48.
- Järviluoma, J. (2006). Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. *Acta Universitatis Lapponiensis* 96. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Kalastusasetus 1116/1982.
- Kalastusasetus 232/1994.
- Kang, N. & Choi, J.H. (1999). Structural Implications of the Crossposting Network of International News in Cyberspace. *Communication Research*, Vol. 26, 454–481.
- Kant, I. [(1790) 1980]. *The Critique of Judgement*. Oxford: Clarendon. Trans. Meredith, J.C.
- Kaplan, M. (1975). *Leisure: Theory and Practice*. New York: John Wiley.
- Kaplan, I. & Lewis, I. (2005). Listening to Children's Voices: The Use of Images in Inclusive Education. Paper Presented in the International Special Education Conference, Glasgow, Scotland.
- Kaprow, M.L. (1997). Gendered Fields: Women, Men, and Ethnography. *American Ethnologist*, Vol. 24(3), 672–673.
- Kates, S.M. (2002). The Protean Quality of Subcultural Consumption: An Ethnographic Account of Gay Consumers. *Journal of Consumer Research*, Vol. 29 (3), 428–459.
- Keating, B. W. & Coltman, T. R. (2009). Color as a Source of Brand Differentiation: Can it be defended? *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 37(3), 375–377.
- Kelly, J. R. (1990). *Leisure*. NJ Englewood Cliffs: Prentice-Hall Inc.
- Kim, S. & Scott, D. & Crompton, J. L. (1997). An Exploration of the Relationships Among Social Psychological Involvement, Behavioral Involvement, Commitment, and Future Intentions in the Context of Birdwatching. *Journal of Leisure Research*, Vol. 29(3), 320–341.
- King, D. & Janiszewski, C. (2011). Affect-Gating: How the Affective System Gates Perception. *Journal of Consumer Research*, Vol. 38(4), 697–711.
- Kirk, J. & Miller, M. L. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Klein, A. (1986). Pumping Irony: Crisis and Contradiction in Bodybuilding. *Sociology of Sport Journal*, Vol. 3(2), 112–133.
- Klein, A. (1993). *Little Big Men: Bodybuilding Subculture and Gender Construction*. State University of New York Press: Albany.
- Knoblauch, H. (2006). Videography. Focused Ethnography and Video Analysis. In Knoblauch, H., Schnettler, B., Raab, J. & Soeffner, H.-G. (Eds.). *Video Analysis. Methodology and Methods. Qualitative Audiovisual Data Analysis in Sociology*. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang, 35–50.
- Koivumäki, J. (2008) Työyhteisöjen sosiaalinen pääoma: Tutkimus luottamuksen ja yhteisöllisyyden rakentumisesta ja merkityksestä muuttuvissa valtion asiantuntijaorganisaatioissa. *Acta Electronica Universitatis Tampereensis*; 722. Tampere: University Press.
- Koli, A. (2003). Eväkkäillä omalaatuiset aistit. Tiede 4. http://www.tiede.fi/artikkeli/410/evakkailla_omalaatuiset_aistit.

- Komito, L. (1998). The Net as a Foraging Society: Flexible Communities. *Information Society*, Vol. 14(2), 97–106.
- Korkman, O. (2006). Customer Value Formation In Practice, a Practice-Theoretical Approach. Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration. N:o 155.
- Korsmeyer, C. (2002). *Making Sense of Taste: Taste, Food, and Philosophy*. Cornell: University Press.
- Koskela, J. (1995). Kalastusmatkailu maantieteellisenä tutkimuskohteena: esimerkkinä pohjoisen Keski-Suomen urheilukalastuskohteiden käyttäjätutkimus. Pro gradu-tutkimus. Oulun yliopisto, maantieteellinen laitos.
- Koski, K. & Enges, P. (2010). "Mi en ossaas sanoa mitem mie näin". *Erikoisten aistihavaintojen tulkinta uskomusperinteen pohjalta*. *Elore*. Vol. 17, 17–40.
- Kozinets, R. V. (1997). "I Want To Believe": A Netnography of The X-Philes' Subculture of Consumption. *Advances in Consumer Research*, Vol. 24(1), 470–75.
- Kozinets, R.V. (1998). On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, 366–371.
- Kozinets, R.V. (1999). E-Tribalized Marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption. *European Management Journal*, Vol. 17(6), 252–264.
- Kozinets, R.V. (2001). Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption. *Journal of Consumer Research*, Vol. 28(1), 67–88.
- Kozinets, R. V. (2002a). Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research*, Vol. 29(6), 20–38.
- Kozinets, R.V. (2002b). The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, Vol. 39, 61–72.
- Kozinets, R.V. (2006a). Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*, Vol. 38(4), 23–32.
- Kozinets, R.V. (2006b). Netnography 2.0. In *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*. In Russell, W. & Belk, C. (Eds.). Video Analysis. Methodology and Methods. Qualitative Audiovisual Data Analysis in Sociology. UN and Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 129–142.
- Kozinets, R.V. (2009). *Netnography: Doing Ethnography online*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Kozinets, R.V. & Handelman, J.M. (1998). Ensouling Consumption: a Netnographic Exploration of Boycotting Behaviour. *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, 475–480.
- Kozinets, R.V., Hemetsberger, A. & Schau, H. J (2008). The Wisdom of Consumer Crowds: Collective Innovation in the Age of Networked Marketing. *The Journal of Macromarketing*, Vol. 28(4), 339–354.
- Krane, V. & Baird, S. (2005). Using Ethnography in Applied Sport Psychology. *Journal of Applied Sport Psychology*, Vol. 17, 87–107.
- Krishna, A. (2006). Interaction of Senses: the Effect of Vision versus Touch on the Elongation Bias. *Journal of Consumer Research*, Vol. 32(4), 557–566.
- Krishna, A. (2012). An Integrative Review of Sensory Marketing: Engaging the Senses to Affect Perception, Judgment and Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 22(3), 332–351.
- Krishna, A., Elder, R. S. & Caldara, C. (2010a). Feminine to Smell but Masculine to Touch?: Multisensory Congruence and its Effect on the Aesthetic Experience. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 20(4), 410–418.
- Krishna, A. & Morrin, M. (2008). Does Touch Affect Taste? The Perceptual Transfer of Product Container Haptic Cues. *Journal of Consumer Research*, Vol. 34(6), 807–881.
- Krishna, A., Lwin, M. O. & Morrin, M. (2010b). Product Scent and Memory. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 37(1), 57–67.
- Kuentzel, W. F. & McDonald, C. D. (1992). Differential Effects of Past Experience, Commitment and Lifestyle Dimensions on River Use Specialization. *Journal of Leisure Research*, Vol. 24(3), 269–287.

- Kujala, T. (2007). Kerronnallinen tutkimus opettajien ikääntymisestä. Teoksessa Syrjäläinen, E., Eronen V. & Värri, V.-M. (toim.). *Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin*. Tampere: Tampere University Press, 13–39.
- Kunda, G. [(1992) 2006]. *Engineering Culture: Control and Commitment in a High-Tech Corporation*, Revised edition. Temple University Press: Philadelphia.
- Kuula, A. (2006). *Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.
- Kyle, G. & Chick, G. (2002). The Social Nature of Leisure Involvement. *Journal of Leisure Research*, Vol. 34(4), 426–448.
- Laine, P.-M. (2010). Toimijuus strategiakäytännöissä: Diskurssi- ja käytäntöteoreettisia avauksia. Turun kauppakorkeakoulu/Turku School of Economics. Sarja/Series A-1.
- Lappalainen, A. (1995). Kalastuskulttuuri muuttuvassa yhteiskunnassa. Teoksessa Hyytinen, L. & Kupiainen, H. (toim.). *Kalaveteen piirretty viiva. Kalastus ja kalastaja yhteiskunnallisten muutosten pyörteissä*. Julkaisuja 37. Helsingin yliopisto, maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, 53–85.
- Lappalainen, S. (2007). Mikä ihmeen etnografia. Teoksessa Lappalainen, S., Hynninen, P., Kankkunen, T., Lahelma, E. & Tolonen, T. (toim.). *Etnografia metodologiana. Lähtökohtana koulutuksen tutkimus*. Tampere: Vastapaino
- LeCompte, M. D. (2002). The Transformation of Ethnographic Practice: Past and Present Challenges. *Qualitative Research*, Vol. 2(3), 283–299.
- LeCompte, M. D & Goetz, J.P. (1982). Problems of Reliability and Validity in Ethnographic Research. *Review of Educational Research*, Vol. 52(1), 31–60.
- Lehtonen, H. (1990). *Yhteisö*. Tampere: Vastapaino.
- Leigh, T. W., Peters, C. & Shelton, J. (2006). The Consumer Quest for Authenticity: The multiplicity of Meanings within the MG Subculture of Consumption. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 34(4), 481–493.
- Levin, I. P. & Gaeth, G. J. (1988). How Consumers Are Affected by the Framing of Attribute Information Before and After Consuming the Product. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 15, 374–378.
- Liikkanen, M. (2005). Vapaa-aika muutoksessa – merkitykset, rajoitteet ja valinnat. Teoksessa Liikkanen, M. & Hanifi, R. & Hannula, U. (toim.). *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002*. Helsinki, Tilastokeskus, 5–30.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (2003). Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences. In Denzin, N. K. & Lincoln Y. S. (Eds.). *The Landscape of Qualitative Research*. London: Sage, 253–291.
- Lindemann, B. (2001). Receptors and Transduction in Taste. *Nature*, Vol. 413, 219–225.
- Lindemann, B., Ogiwara, Y. & Ninomiya Y. (2002). The Discovery of Umami. *Chem Senses*, Vol 27, 843–844.
- Lindstrom, M. (2005). *Brand Sense. Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound*. Free Press: New York.
- Loeffler, T. A. (2004). A Photo Elicitation Study of the Meanings of Outdoor Adventure Experiences. *Journal of Leisure Research*, Vol. 36(4), 536–556.
- Lofland, J. & Lofland, I. (1995). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Lofland, J., Snow, D., Anderson, J. & Lofland, L. H. (2006). *Analyzing Social Settings. A Guide to Observation and Analysis*. Belmont CA: Wadsworth.
- Longino, H. E. (2002). *The Fate of Knowledge*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Loomis, (1974). Supplementary. In Tönnies, F. (Eds.). *Community and Association*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Lowe, K. E. Y. (2009). *Scents and Scent-Sibilities: Smell and Everyday Life Experiences*. New-castle.

- Luedicke, M. K. (2006). Brand Community Under Fire: The Role of Social Environments for the HUMMER Brand community. *Advances in Consumer Research*, Vol. 32, 486–493.
- Luedicke, M. K. & Giesler, M. (2009). Conceptualizing "Brand Acculturation": Preliminary Insights from the BMW Case, in 5th Workshop on Interpretive Consumer Research.
- Lutters, W. G. & Ackerman M. S. (1997). A Collectivity in an Electronic Social Space: Examining Mouse World. *ACM SIG-GROUP Bulletin*, ACM Press, Vol. 18(1), 41–43.
- Maa- ja metsätalousministeriö (1995). Kalastusmatkailutoimikunnan mietintö 1995. Komiteamietintö 1995:9.
- Maa- ja metsätalousministeriö (2002). Virkistyskalastus Suomessa nyt ja tulevaisuudessa. Kala- ja riistaosasto, 58/2002. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja.
- Maa- ja metsätalousministeriö (2008). Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpideohjelma 2008–2013. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö.
- MacDougall, D. (2006). *Film, Ethnography, and The Senses – the Corporeal Image*. Princeton: University Press.
- MacInnis, D. J. & Park, C. W. (1991). The Differential Role of Characteristics of Music on High- and Low-Involvement Consumers' Processing of Ads. *Journal of Consumer Research*, Vol. 18, 161–173.
- Madanipour, A. (1996). Urban Design and Dilemmas of Space. *Environment and planning D: Society and Space*, Vol. 14, 331–355.
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes The Decline of Individualism in Mass Society*. Sage, Cromwell press Ltd: England.
- Maffesoli, M. (2007). Tribal Aesthetics. In Cova, B., Kozinets, R. V. & Shankar, A. (Eds.). *Consumers Tribes*. Butterworth-Heinemann: Oxford, England, 27–34.
- Maffesoli, M. (2009). Orgioiden aika, luento leikkisyydestä. *HY, Sosiologian laitos* 25.9.2009.
- Maison, D., Greenwald, A. G., & Bruin, R. H. (2004). Predictive Validity of the Implicit Association Test in Studies of Brands, Consumer Attitudes, and Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 14(4), 405–415.
- Maister, D.H. (1985). The Psychology of Waiting Lines. In Czepiel, C. A., Solomon, M. R. & Surprenant, C. F. (Eds.). *The Service Encounter. Managing Employee/Customer Interaction in Service Businesses*. Lexington Books: Lexington, 113–123.
- Malinowski, B. (1922/1984). *Argonauts of the Western Pacific: an Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea*. Prospect Heights, Ill.: Waveland Press.
- Marcus, G. E. & Fischer M. J. (1999). *Anthropology as Cultural Critique*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Mariampolski, H. (2006). *Ethnography for marketers: A guide to consumer immersion*. USA: Sage Publications.
- Markuksela, V. (2009). Sitoutuneet vapaa-ajan kalastajat harrastajina ja matkailijoina. Licentiate Thesis. University of Oulu, Acta Universitatis Ouluensis. Faculty of Economics and Business Administration Research reports, No: 48.
- Markuksela, V. & Valtonen, A. (2011). Doing Tourist Sensescape: Embodied Interactions Within the Place, paper presented in The World Research Summit for Tourism and Hospitality, Hong Kong, 10–13.12.2011.
- Martin, B. A. S. (2012). A Stranger's Touch: Effects of Accidental Interpersonal Touch on Consumer Evaluations and Shopping Time. *Journal of Consumer Research*, Vol. 39(1), 174–184.
- Martin, D., Schouten, J. & McAlexander, J. (2006). Claiming the Throttle: Multiple Feminities in a Hyper-Masculine Subculture. *Consumption, Markets & Culture*, Vol. 9(3), 171–205.
- Mathwick, C. (2002). Understanding the Online Consumer: A Typology of Online Relational Norms and Behaviour. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 16, 40–55.
- Mathwick, C., Wiertz, C. & de Ruyter, K. (2008). Social Capital Production in a Virtual P3 Community. *Journal of Consumer Research*, Vol. 34(6), 832–849.
- Mattila, A. & Wirtz, J. (2001). Congruency of Scent and Music as a Driver of In-Store Valuations and Behaviour. *Journal of Retailing*, Vol. 77(2), 273–89.

- Mauss, M. [(1936) 1973]. *Techniques of the Body*. *Economy and Society* 2(1), 70–85.
- McAlexander, J. H. & Schouten, J. W. (1998). Brandfests: Servicescapes for the Cultivation of Brand Equity, in *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets*, John F. Sherry Jr., ed. Chicago: American Marketing Association, 377–401.
- McAlexander, J. H., Schouten, J. W. & Koenig, H. (2002). Building Brand Community. *Journal of Marketing*, Vol. 66(1), 38–54.
- McCabe, D. B., & Nowlis, S. M. (2003). The Effect of Examining Actual Products or Product Descriptions on Consumer Preference. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 13(4), 431–439.
- McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*, Vol. 13(6), 71–84.
- McGhee-Cooper, A. (2005). Tribalism: Cultural Wars at Work. *The Journal for Quality and Participation*, Vol 28(1), 12–15.
- McGinnis, L.P., Gentry, J. W. & Gao, T. (2008). The Impact of Flow and Communitas on Enduring Involvement in Extended Service Encounters. *Journal of Service Research*, Vol. 11(1), 74–90.
- McIntyre, A. (1981). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. Indiana: University Notre Dame Press.
- McIntyre, N. (1992). Involvement in Risk Recreation: a Comparison of Objective and Subjective Measures of Engagement. *Journal of Leisure Research*, Vol. 24(1), 64–71.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw Hill, NY.
- McMeekin, A. & Southerton, D. (2007). *Innovation and Final Consumption: Social Practices, Instituted Modes of Provision, and Intermediation*. CRIC, University of Manchester.
- McMellon, C. A, Schiffman, L. G & Sherman, E. (1997). Consuming Cyberseniors: Some Personal and Situational Circumstances that Influence their On-line Behaviour. *Advances in Consumer Research*, Vol. 24, 517–521.
- McWilliam, G. (2000). Building Stronger Brands Through Online Communities, *Sloan Management Review*, Vol. 41(3), 43–54.
- Mead, M. (1975). Visual Anthropology in a Discipline of Words. In Hockings, P. (Eds.). *Principles of Visual Anthropology*. The Hague: Mouton, 3–10.
- Mead, M. (1977). *Letters from the Field, 1925–1975*. World Perspectives. New York: Harper & Row.
- Merivesi, A. (1969). *Nappaako tänään: opaskirja kalamiehille kalantulon ennustamisessa*. Helsinki:WSOY.
- Merleau – Ponty, M. (2000). *The Phenomenology of Perception*. Routledge.
- Metsämuuronen, J. (1995). Harrastukset ja omaehtoinen oppiminen. Sitoutuminen, motivaatio ja coping. Helsingin yliopiston opettajankoulutuslaitos, tutkimuksia 146. Vantaa: Tumma-vuoren Kirjapaino Oy.
- Metsämuuronen, J. (2007). Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Mikkola, J. (2004a). Kalastukseen jää ”koukkuun”. *Erä* 3/2004, 5–6.
- Mikkola, J. (2004b). Vapaa-ajankalastuksen tulevaisuus. *Erä* 4/2004, 5–7.
- Mikkola, J. & Sievänen, T. (2002). Kalastus osana Suomalaisten luonnon virkistyskäyttöä. Teoksessa Manninen, K. (toim.). *Veden satoa 2002 – vesiviljely matkailun tukena*. Kala- ja riistaraportteja 244. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, 17– 24.
- Mikkola, J. & Yrjölä, R. (2003). *Suomalainen vapaa-ajankalastaja ja -kalastus vuosituhaten vaihtuessa*. Helsinki. Kalatutkimuksia 190.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Minge, J. M. (2007). The Stained Body: A Fusion of Embodied Art on Rape and Love. *Journal of Contemporary Ethnography* 36, 252–280.

- Mitchell, D. J., Kahn, B. E. & Knasko, S. J. (1995). There's Something in the Air: Effects of Congruent or Incongruent Ambient Odor on Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, 229–238.
- Moilanen, P. (2009). Vapaa-ajankalastus 2008. Tilastoja 6/2009. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos.
- Moilanen, P. (2011). Vapaa-ajankalastus 2010. Tilastoja 7/2011. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos.
- Moisander, J. (2011). Narrative Analysis. A Lecture in Qualitative Research Course in Aalto University of School of Economics.
- Moisander, J. & Valtonen, A. (2005). Cultural Marketing and Consumer Research: Analytiscs of Cultural Practice. *European Advances in Consumer Research*, Vol. 7, 565–570.
- Moisander, J. & Valtonen, A. (2006). *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach*. London: Sage.
- Montagu, A. [(1971) 1986]. *Touching: The human Significance of the Skin*. New York: Harper & Row.
- Moore, E. G., Mazvancheryl, S. K. & Rego, L. L. (1996). The Bolo Game: Exploration of a High Tech Virtual Community. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, 167–171.
- Morales, A. C. & Fitzsimons, G. (2007). Product Contagion: Changing Consumer Evaluations Through Physical Contact with 'Disgusting' Products. *Journal of Marketing Research*, Vol. 44(May), 272–83.
- Mordue, T. (2009). Angling in Modernity: A Tour Through Society, Nature and Embodied passion. *Current Issues in Tourism*, Vol. 12(5–6), 529–552.
- Morrin, M. & Ratneshwar, S. (2003). Does It Make Sense to Use Scents to Enhance Brand Memory? *Journal of Marketing Research*, Vol. 40, 10–25.
- Moss, J. (2008). Visual Methods and Policy Research. In Thomson, P. (Eds.). *Doing Visual Research with Children and Young People*. Routledge, 37–58.
- Moutinho, L., Dinisio, P. & Leal, C. (2008). Surf Tribal Behaviour: A Sports Marketing Application. *Market Intelligence & Planning*, Vol. 25(7), 668–690.
- Mullet, S. (1988). Leisure and Consumption: Incompatible Concepts? *Leisure Studies*, Vol. 7(3), 241–253.
- Muñiz, A.M., Jr. & O'Guinn, T.C (1995). Brand Community and the Sociology of Brands. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, 265–266.
- Muñiz, A. M., Jr. & O'Guinn, T. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, Vol. 27(4), 412–432.
- Muñiz, A. M., Jr. & Schau, H. J. (2005). Religiosity in the Abandoned Apple Newton Brand Community. *Journal of Consumer Research*, Vol. 31 (March), 737–747.
- Mustonen, V. (2012). Vanha ei mene vipuun. *Koti-Karjala* 27.6.2012,12.
- Mäkelä, A. (2007). Mitä rehtorit todella tekevät. *Etnografinen tapaustutkimus johtamisesta ja rehtorin tehtävistä peruskoulussa*. Jyväskylän yliopisto.
- Mäyrä, F. (2002). Keyword article "Community" (1.1.2002) <http://www.mcult.net/mediumi/article.html?id=30>.
- Needham, M. D., Sprouse L. J. & Grimm, K. E. (2009). Testing a Self-Classification Measure of Recreation Specialization Among Anglers. *Human Dimensions of Wild Life*, Vol. 14(6), 448–455.
- Nelson, G., Treichler, P. & Grossberg, L. (1992). Cultural Studies. In Grossberg, L., Nelson, C. & Treichler, P. (Eds.). *An Introduction*. New York: Routledge, 1–17.
- Neulinger, J. (1981). *The Psychology of Leisure*. Illinois: Charles C Thomas.
- Noseworthy, T. J., Cotte, J. & Lee, S.H. (2011). The Effects of Ad Context and Gender on the Identification of Visually Incongruent Products. *Journal of Consumer Research*, Vol. 38(2), 358–375.
- O'Cass, A. & McEwen, H. (2004). Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 4, 25–39.

- Okleshen, C. & Grossbart, S. (1998). Usenet Groups, Virtual Community and Consumer Behaviour. *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, 276–282.
- Olsson, J. (1994). *Uistelukirja*. Porvoo: WSOY.
- Ortiz, S.M. (2004). Leaving the Private World of Wives of Professional Athletes: A Male Sociologist's Reflections. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 33(4), 466–487.
- Ottenberg, S. (1990). Thirty Years of Fieldnotes: Changing Relationships to the Text. In Sanjeck, R & Ithaca, N.Y. (Eds.). *Fieldnotes: The Makings of Anthropology*. Cornell University Press, 139–160.
- Ouwensloot, J. & Odekerken-Schröder, G. J. (2008). Who's Who in Brand Communities – And Why? *European Journal of Marketing*, Vol. 42 (5/6), 571–585.
- Paataja, A. (2004). Luonnon tuotteistamisen vaikeus kalastusmatkailussa. Teoksessa Railo, E. & Toivonen, A.-L. (toim.). *Luontomatkailupäivät 2004. "Keitä me olemme ja minne olemme menossa?" "Kekä mää oon ja mihkä mää ny meinaam mennä?"*. Kala- ja riistaraportteja 332. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, 11–14.
- Paju, E. (2009). Kamera, kenttä ja etnografinen tieto: visuaalisen etnografian annista aineiston-tuotannolle. *Sociologia*, Vol. 46(3), 210–223.
- Paley, J. (2009). Narrative machinery. In Gunaratnam, Y. & Oliviere, D. (Eds.). *Narrative and Stories in Health Care: Illness, dying and bereavement*. USA: Oxford University Press.
- Parker, L. D. (2009). Photo-Elicitation: An Ethno-Historical Accounting and Management Research Prospect. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol. 22(7), 1111–1129.
- Parviainen, J. (2006). Meduusan liike: Mobiiliajan tiedonmuodostuksen filosofiaa. Helsinki: Gaudeamus.
- Paterson, M. (2009). Haptic Geographies: Ethnography, Haptic Knowledges and Sensuous Dispositions. *Progress in Human Geography*, Vol. 33(6), 766–788.
- Patterson, M. (1998). Direct Marketing in Postmodernity: Neo-tribes and Direct Communications. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 16(19), 68–74.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Peck, J. & Childers, T. L. (2003a). To Have and To Hold: The Influence of Haptic Information on Product Judgments. *Journal of Marketing* 67(2), 35–48.
- Peck, J. & Childers, T. L. (2003b). Individual Differences in Haptic Information Processing: the 'Need for Touch' Scale. *Journal of Consumer Research*, Vol. 30(3), 430–442.
- Peck, J. & Childers, T. L. (2006). If I Touch it I have to have It: Individual and Environmental Influences on Impulse Purchasing. *Journal of Business Research*, Vol. 59(6), 765–769.
- Peck, J. & Childers, T. L. (2008). If It Tastes, Smells, Sounds, and Feels Like a Duck, Then It Must Be a . . . : Effects of Sensory Factors on Consumer Behaviors. *Journal of Consumer Research*, Vol. 36(3), 434–447.
- Peck, J. & Wiggins, J. (2006). It Just Feels Good: Consumers' Affective Response to Touch and Its Influence on Attitudes and Behavior. *Journal of Marketing*, Vol 70(4), 56–69.
- Pelkonen, P. (2006). Narratiivinen analyysi ja suunnittelukurssi. Oulun Yliopisto.
- Peñaloza, L. (2001). Consuming the American West: Animating Cultural Meaning and Memory at a Stock Show and Rodeo. *Journal of Consumer Research*, Vol. 28(3), 369–398.
- Peñaloza, L. (2004). Multiculturalism in New World Order: Implications for the Study of Consumer Behaviour. In Ekström, K. & Brembeck, H. (Eds.). *Elusive Consumption*. Berg: New York, 87–110.
- Peñaloza, L. & Cayla, J. (2007). Writing Pictures; Taking Fieldnotes: Towards a More Visual and Material Ethnographic Consumer Research. In Belk, R. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research in Marketing*. Cengage: Edward Elgar, 279–290.
- Peromaa, T. (2008). Havaitseminen ilman kokemuseräistä tietoa. Havaintopsykologian perusteita. Helsingin yliopisto.
- Pesonen, M. & Muurinen, H. (1994). Markkinointi verkostuvassa yritystoiminnassa. Teoksessa Raatikainen, I. & Ahopelto, J. (toim.). *Verkostoajattelusta Verkostotoimintaan*. Kuopion yliopiston julkaisuja E, yhteiskuntatieteet 21, 145–166.

- Pietarinen, J. (2002). Eettiset perusvaatimukset tutkimustyössä. Teoksessa Karjalainen, S., Lounis, V., Pelkonen, R. & Pietarinen, J. (toim.). Tutkijan Eettiset Valinnat. Helsinki: Gaudeamus, 58–65.
- Piller, F., Schubert, P., Koch, M. & Möslin, K. (2005). Overcoming Mass Confusion: Collaborative Customer Co-Design in Online Communities. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 10(8). <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/piller.html>.
- Pink, S. (2007). *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*. London: Sage.
- Pink, S. (2009). *Doing Sensory Ethnography*. London: Sage.
- Pitta, D. A. & Fowler, D. (2005). Internet Community Forums: an Untapped Resource for Consumer Marketers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22(5), 265–274.
- Pocock, D. (1981). *Humanistic Geography and Literature: Essays on the Experience of Place*. London: Croom Helm.
- Polkinghorne, D. E. (1995). Narrative Configuration in Qualitative Analysis. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, Vol. 8(1), 5–23.
- Ponterotto, J. G. (2006). Brief Note on the Origins, Evolution, and Meaning of the Qualitative Research Concept "Thick Description". *The Qualitative Report*, Vol. 11(3), 538–549.
- Poole, M.S., van de Ven, A. H., Dooley, K. & Holmes, M. E. (2000). *Organizational Change and Innovation Processes*. New York: Oxford University Press.
- Porter, C. E. (2004). A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 10(1), 155–174.
- Price, L. L., Arnould, E. R. & Tierney, P. (1995). Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance. *Journal of Marketing*, Vol. 59, 83–97.
- Prykop, C. & Heitmann, M. (2006). Designing Mobile Brand Communities: Concept and Empirical Illustration. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, Vol. 16(3/4), 301–323.
- Puhakka, R. & Salonen, V. (2005). Luontosuhteen muutos ja kalastusmatkailun kehitys Suomessa. *Maaseudun uusi aika*, Vol. 13, 1–20.
- Quester, P., Beverland, M. B. & Farrelly, F. (2006). Brand-Personal Values Fit and Brand Meanings: Exploring the Role Individual Values Play in Ongoing Brand Loyalty in Extreme Sport Subcultures. *Consumer Research*, Vol. 33, 21–27.
- Radway, J. A. (2000). The Act of Reading the Romance: Escape And Instruction. In Schor, J. & Holt, D. B. (Eds.). *The Consumer Society Reader*. New York: New Press, 169–182.
- Rantala, J. (2010). Antropologi oom-ringissä, aistihavainto kenttätyössä. Vaeltavat metodit. Teoksessa Pöysä, J., Järviluoma, H. & Vakimo, S. (toim.). *Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura*, 258–284.
- Rantala, O. (2011). Metsä matkailukäytössä – Etnografinen tutkimus luonnossa opastamisesta. *Acta Universitatis Lapponiensis* 217. Lapin yliopistokustannus.
- Rantala, O. & Valkonen, J. (2011). The Complexity of Safety in Wilderness Guiding in Finnish Lapland. *Current Issues in Tourism*, Vol. 14(6), 581–593.
- Rantala, O., Valtonen, A. & Markuksela, V. (2011). Materializing Tourist Weather: Ethnography on Weather-Wise Wilderness Guiding Practices. *Journal of Material Culture*, Vol. (16), 285–300.
- Rasche, A. & Chia, R. (2009). Researching Strategy Practices – a Genealogical Social Theory Perspective. *Organization Studies*, Vol. 30(7), 713–34.
- Rauhala, L. (1987). Onko ruumiilla kieli? *Duodecim*, Vol. 5, 291–295.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practice: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, Vol. 5(2), 243–263.
- Reed-Danahay, D. (1997). *Auto/Ethnography: Rewriting the Self and the Social*. Oxford, UK: Berg.
- Rekiö, P. (1993). *Suuri uistelukirja I*. Gummerus: Jyväskylä.
- Relph, E. (2004). Temporality and Sustainability. In Mels, T. (Eds.). *Re-animating Places: A Geography of Rhythms*. Ashgate Press.

- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community*. Reading MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Ricciardo, J. L. (2010). Leisure Resourcefulness as a Predictor of Level of Affluence And Life Satisfaction: Having More or Doing With Less. In Watts, C., Fisher E. & LeBlanc, C. (Eds.). *Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium*. Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station, 265–270.
- Richardson, L. (2000a). Evaluating Ethnography. *Qualitative Inquiry*, Vol. 6(2), 253–255.
- Richardson, L. (2000b). Writing: a Method of Inquiry. In Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage, 932–948.
- Richardson, B. & Turley, D. (2006). Support Your Local Team: Resistance, Subculture and the Desire for Distinction. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, 175–180.
- Ricoeur, P. (1985). *Time and Narrative*. Chicago and London: University of Chicago Press. Trans. McLaughlin K. and Pellauer, D.
- Robben, A. C. G. M (2007). Sensorial Fieldwork: Introduction. In Robben, A. C. G. M & Sluka, J.A. (Eds.). *Ethnographic Fieldwork and Anthropological Reader*. Blackwell Publishing Ltd.: Hong Kong, 385–388.
- Robson, C. (2002). *Real World Research: A resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Rodaway, P. (1995). *Sensuous Geographies: Body, Sense, and Place*. London: Routledge.
- Rokka, J. (2010). Exploring the Cultural Logic of Translocal Marketplace Cultures: Essays on New Methods and Empirical Insights. *Acta Universitatis oeconomicae Helsingiensis*. A-364.
- Rokka, J. & Moisander, J. (2009). Environmental Dialogue in Online Communities: Negotiating Ecological Citizenship Among Global Travellers. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 33(2), 199–205.
- Rørpke, I. (2009). Theories of Practice – New Inspiration for Ecological Economic Studies on Consumption. *Ecological Economics*, Vol. 68, 2490–2497.
- Rosaldo, R. (1989). *Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis*. SAGE Publications, Boston, Mass.: Beacon Press.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies*. Sage.
- Røyrvik, E. A. (2011). *The Allure of Capitalism: an Ethnography of Management and the Global Economy in Crisis*. Berghahn Books.
- Ruby, J. (1996). Visual Anthropology. In Levinson, D. & Ember, M. (Eds.). *Encyclopedia of Cultural Anthropology*. New York: Henry Holt and Company, 1345–1351.
- Ruohotie, P. (1976). Taideharrastukset ja taideasenteet eräiden ammatillisten oppilaitosten opiskelijoiden keskuudessa. A:17. Tampereen yliopiston kasvatustieteiden julkaisuja.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, And Well-being. *American Psychologist*, Vol. 55, 68–78.
- Sandıkçı, Ö. & Holt, D. (1998). Malling Society: Mall Consumption Practices and the Future of Public Space. In Sherry, J. F. (Eds.). *Encountering Servicescapes: Built Environment and Lived Experience in Contemporary Market Place*. Lincolnwood, IL: NTC, 305–336.
- Sanjek, R. (1990). The Secret Life of Fieldnotes. Sanjeck, R. (Eds.). *Fieldnotes: the Makings of Anthropology*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press, 187–272.
- Savage, M. & Warde, A. (1993). *Urban Sociology, Capitalism and Modernity*. London: Macmillan.
- Sawhney, M. & Prandelli, E. (2000). Communities of Creation: Managing Distributed Innovation in Turbulent Markets. *California Management Review*, Vol. 42(4), 24–54.
- Scarles, C. (2010). Where Words Fail. Visuals Ignite Opportunities for Visual Autoethnography in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37(4), 905–926.
- Schatzki, T. R. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Schatzki, T. R. (2001). Introduction: a Practice theory. In Schatzki, T., Cetina, K. & Von Savigny, E. (Eds.). *Practice Turn in Contemporary Theory*. London and New York: Routledge, 10–23.
- Schatzki, T. R. (2002). *The Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. The Pennsylvania State University Press: University Park, PA.
- Schatzki, T. R. (2005). *Peripheral Vision: The Sites of Organizations*. *Organization Studies*, Vol. 26(3), 465–484.
- Schau, H. J., Muñiz A. M., Jr. & Arnould, E. J. (2009). How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, Vol. 73(5), 30–51.
- Schmitt, B. H. & Schultz, C. J. (1995). Situational Effects on Brand Preferences for Image Products. *Psychology and Marketing*, Vol. 12(5), 433–446.
- Schor, J. B. (1991). *The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure*. New York: Basic Books.
- Schouten, J. W. (1991a). Personal Rites of Passage and the Reconstruction of Self. *Advances in Consumer Research*, Vol. 18, 49–51.
- Schouten, J. W. (1991b). Selves in Transition: Symbolic Consumption in Personal Rites of Passage and Identity Reconstruction. *Journal of Consumer Research*, Vol. 17(3), 412–425.
- Schouten, J. W. & McAlexander, J. H. (1993). Market Impact of a Consumption Subculture: the Harley Davidson Mystique. *European Advances in Consumer Research*, Vol. 1, 389–393.
- Schouten, J. W. & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of Consumption: an Ethnography of the New Bikers. *Journal of Consumer Research*, Vol. 22(1), 43–61.
- Schramm, H. L. Jr., Armstrong, M. L., Funicelli, N. A., Green, D. M., Lee, D. P., Manns, R. E. Jr., Taubert, B. D. & Walters, S. J. (1991). The Status of Competitive Sport Fishing in North America. *Fisheries*, Vol. 16(3), 4–12.
- Schroeder, J. (1998). Consuming Representation: A Visual Approach to Consumer Research. In Stern, B. B. (Eds.). *Representing Consumers: Voices, Views, and Visions*. New York: Routledge, 193–230.
- Schroeder, J. (2005). *Visual Consumption*. Routledge: London.
- Schwandt, T. A. (2003). Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry. In Denzin, N. K. & Lincoln Y. S. (Eds.). *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues*. Sage, Thousand Oaks, CA, 292–331.
- Schwartz, H. & Jacobs, J. (1979). *Qualitative Sociology: A Method to the Madness*. New York, N.Y.: Free Press.
- Schwendinger, H. & Schwendinger, J. (1985). *Adolescent Subcultures and Delinquency*. New York: Praeger.
- Scott, D. & Schafer, C. S. (2001). Recreational Specialization: a Critical Look at the Construct. *Journal of Leisure Research*, Vol. 33(3), 319–343.
- Seremetakis, C. N. (1994). The Memory of the Senses, Part I: Marks of the Transitory. In Seremetakis C. N. (Eds.). *The Senses Still: Memory and Perception as Material Culture in Modernity*. Boulder, CO: Westview Press, 1–18.
- Shamir, B. (1988). Commitment and Leisure. *Sociological Perspectives*, Vol. 31, 238–258.
- Shankar, A. & Elliott, R. (1999). *Consuming Popular Music: Critical Socio-Cultural Perspectives*. WP: Bristol Business School.
- Sherry, J. F. Jr. (1990). A Sociocultural Analysis of a Midwestern Flea Market. *Journal of Consumer Research*, Vol. 17(1), 13–30.
- Sherry, J. F. Jr. & Kozinets, R. V. (2000). Qualitative Inquiry in Marketing and Consumer Research. In Iacobucci, D. (Eds.). *Kellogg on Marketing*, New York: Wiley, 165–194.
- Shields, R. (1996a). *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, and Living Bodies*. London: Sage Publications.
- Shields, R. (1996b). Foreword in Maffesoli's *The Time of the Tribes The Decline of Individualism in Mass Society*. England: Sage, Cromwell Press.

- Shiv, B. & Nowlis, S. M. (2004). The Effect of Distractions While Tasting a Food Sample: the Interplay of Informational and Affective Components in Subsequent Choice. *The Journal of Consumer Research*, Vol. 31(3), 599–608.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005). Consumers, Producers and Practices. Understanding the Invention And Reinvention of Nordic Walking. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, 43–64.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2006). Fossilization. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*, Vol. 35(1–2), 59–63.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2007). Recruitment and Reproduction: The Careers And Carriers of Digital Photography and Floorball. *Human Affairs*, Vol. 17, 164–167.
- Shove E., Watson, M., Hand, M. & Ingram, J. (2007). *The Design of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Sicilia, M. & Palazón, M. (2008). Brand Communities on the Internet: A Case Study of Coca-Cola's Spanish Virtual Community". *Corporate Communications. An International Journal*, Vol. 13(3), 255–270.
- Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London: Sage.
- Simmel, G. ([1904],1997). *Sociology of Taste*. Routledge: London. Trans. Gronow, J.
- Simmons, G. (2008). Marketing to Postmodern Consumers: Introducing the Internet Chameleon. *European Journal of Marketing*, Vol. 42(3/4), 299–310.
- Sintonen, T. (1999). Etninen identiteetti ja narratiivisuus. Kanadan Suomalaiset miehet elämänsä kertojina. Jyväskylä: SoPhi.
- Skeggs, B. (1997). *Formations of Class and Gender: Becoming Respectable*. London: Sage.
- Skeggs, B. (2001). Feminist Ethnography. In Atkinson et al. (Eds.). *Handbook of Ethnography*. London, Thousands Oaks and New Delhi: SAGE Publications, 426–442.
- Skurnik, L. S. & George, F. (1967). *A Psychology for Everyman* by Harmondsworth. Penguin.
- Skälén & Hackley (2011). Marketing-as-Practice. Introduction to the Special Issue. *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 27, 189–195.
- Small, D. M & Prescott, J. (2005). Odor/Taste Integration and the Perception of Flavor. *Experimental Brain Research*, Vol. 166 (October), 345–357.
- Smith, C. L. (1986). The Life Cycle of Fisheries. *Fisheries*, Vol. 11(4), 20–25.
- Smith-Sullivan, K. (2008). *The Autoethnographic Call: Current Considerations And Possible Futures*. University of Southern Florida. Theses and Dissertations. Paper 503.
- Sobel, M. E. (1981). *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, Analyses*. New York: Academic Press.
- Solomon, M. R. (2003). *Conquering Consumerspace*. New York: AMACOM.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Penguin Books.
- Southerton, D. (2003). "Squeezing Time": Allocating Practices, Co-ordinating Networks and Scheduling Society. *Time & Society*, Vol. 2(1), 5–25.
- Soyini, M. D. (2005). *Critical Ethnography. Method, Ethics, and Performance*. Thousand Oaks, CA.: Sage publications.
- Spangenberg, E. R., Crowley, A. E. & Henderson, P. W. (1996). Improving the Store Environment: Do Olfactory Cues Affect Evaluations and Behavior? *Journal of Marketing*, Vol. 60, 67–80.
- Sparkes, A. C. (1995). Writing people: Reflections on the Dual Crises of Representation and Legitimation in Qualitative Inquiry. *Quest*, Vol. 47, 158–95.
- Sparkes, A. C. (2000). Autoethnography and Narratives of Self: Reflections on Criteria in Action. *Sociology of Sport Journal*, Vol. 17, 21–43.
- Sparkes, A. C. (2002). *Telling Tales in Sport and Physical Activity. A Qualitative Journey*. Champaign, IL: Human Kinetics Press.
- Sparkes, A. C. (2009). Ethnography and the Senses: Challenges And Possibilities. *Qualitative Research in Sport & Exercise*, Vol. 1(1), 21–35.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

- Spry, T. (2001). Performing Autoethnography: An Embodied Methodological Praxis. *Qualitative Inquiry*, Vol. 7(6), 706–732.
- Stebbins, R. V. (1991). Do We Ever Leave the Field? Notes on Secondary Fieldwork Involvements. In Shaffir, W. B. & Stebbins, R. A. (Eds.). *Experiencing Fieldwork: An inside view of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage, 248–255.
- Stebbins, R. V. (1998). *After Work: The Search for an Optimal Leisure Lifestyle*. Calgary: Det-selig Enterprises.
- Stebbins, R.V. (2007). *Serious Leisure: A Perspective for our Time*. Aldine Transaction Publications.
- Steinberg, S. A. & Yalch, R. F. (1978). When Eating Begets Buying: the Effects of Food Samples on Obese And Nonobese Shoppers. *Journal of Consumer Research*, Vol. 4(4), 243–246.
- Stoller, P. (1981). Social Interaction And the Management of Meaning Among the Songhay. *Africa* 51, 765–780.
- Stoller, P. [(1989) 1992]. *The Taste of Ethnographic Things*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stoller, P. (1997). *Sensuous Scholarship*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stoller, P. (2004). *Sensuous Ethnography. African Persuasions, and Social Knowledge* *Qualitative Inquiry*, Vol. 10(6), 817–835.
- Strati, A. (2003). Knowing in Practice: Aesthetic Understanding and Tacit Knowledge. In Nicolini, D., Gherardi, S. & Yanow, D. (Eds.). *Knowing in Organizations: A Practice-Based Approach*. Armonk, NY: M. E. Sharpe, 53–75.
- Strati, A. (2008). Aesthetics in the Study of Organizational Life. In Barry, D. & Hansen, H. (Eds.). *The Sage Handbook of New Approaches in Management and Organization*. London: Sage.
- Stratton, J. (1997). On the Importance of Subcultural Origins. In Gelder, K. & Thornton, S. (Eds.). *The Subcultures Reader*. Routledge: London, 181–190.
- Sulkunen, P. (1995). *Esipuhe. Teoksessa Maffesoli, M. (toim.). Maaailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Gaudeamus: Helsinki. Suom. Mika Määttänen.
- Swidler, A. (2001). What Anchors Cultural Practices. In Schatzki, T. R., Knorr Cetina, K. & Von Savigny, E. (Eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.
- Synnott, A. (1991). Puzzling Over the Senses: From Plato to Marx. In Howes, D. (Eds.). *The Varieties of Sensory Experience. A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*. Toronto: University of Toronto Press, 61–78.
- Szmigin, I. & Reppel, A. E. (2004). Internet Community bonding: The Case of Macnews.de. *European Journal of Marketing*, Vol. 38(5/6), 626–640.
- Tambyah, S. K. (1996). Life on the Net: The Reconstruction of Self and community. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, 172–177.
- Taylor, S. J. (1991). Leaving the Field: Research, Relationships, and Responsibilities. In Shaffir, W. B. & Stebbins, R. A. (Eds.). *In Experiencing Fieldwork: An Inside View of Qualitative Research*. Newbury Park, CA: Sage, 238–47.
- Tedlock, B. (1991). From Participant Observation to the Observation of Participation: The Emergence of Narrative Ethnography. *Journal of Anthropological Research*, Vol. 47, 69–94.
- Tedlock, B. (2003). Ethnography and Ethnographic Representation. In Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). *Strategies of Qualitative Inquiry*. London: Sage, 165–213.
- Tedlock, B. (2005). The Observation and Participation of and the Emergence of Public Ethnography. In Denzin, N. & Lincoln, Y. (Eds.). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE, 151–171.
- The Center of Ethnography. University of California. <http://www.socsci.uci.edu/~ethnog/>.
- Thompson, C. & Holt, D. B. (1996). Communities and Consumption: Research on Consumer Strategies for Constructing Communal Relationships in a Postmodern World. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, 204–2055.

- Thompson, C. J. & Troester, M. (2002). Consumer Value Systems in the Age of Postmodern Fragmentation: The Case of the Natural Health Microculture. *Journal of Consumer Research*, Vol. 28(4), 550–571.
- Thornton, S. (1997). General Introduction. In Gelder, K. & Thornton, S. (Eds.). *The Subcultures Reader*. Routledge: London, 1–10.
- Tiitinen, J. (2007). Lohirengeistä kalastusmatkailuyrittäjiksi. Kalastusmatkailu Suomessa 1850-luvulta 2000-luvun vaihteeseen. Helsinki: Suomen tiedeseura.
- Tuan, Y-F. (1977). *Space and Place: the Perspective of Experience*. Minneapolis, MN: Univ. of Minnesota Press.
- Tuan, Y-F. (1993). *Passing Strange and Wonderful: Aesthetics, Nature and Culture*. Washington D.C.: Island Press/Shearwater Books.
- Tumbat, G. (2007). Four Ds of Risky Leisure: Drama, Divinity, Deservingness, and Deliverance. *Consumer Research*, Vol. 34, 489.
- Tumbat, G. & Belk, R. W. (2011). Marketplace Tensions in Extraordinary Experiences. *Journal of Consumer Research*, Vol. 38(7), 42–61.
- Tuominen, K. (2008). Suomen vetouistelutoimikunnan puheenjohtaja. Sähköpostihaastattelu. 26.2.2008.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turner, V. (2007). Rituaali. Rakenne ja communitas. Helsinki: Suomen Antropologinen Seura ja Summa. Suom. Forde, M.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2002). Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausten käsitteleminen. Helsinki.
- Tönnies, F. ([1955] 1974). *Community and Association*. London: Routledge & Kegan Paul. Trans. and suppl. Loomis, C.
- Töttö, P. (1996). Émile Durheim – Kaikki on sosiaalista. Teoksessa Gronov, J., Noro, A. & Töttö, P. (toim.). *Sosiologian klassikot*. Gaudeamus: Tampere, 173–213.
- Underhill P. (1999). *Why We Buy: The Science of Shopping*. New York (NY): Simon and Schuster.
- Uotinen, J. (2008). Autoetnografia, digi-TV ja kone joka sanoo Ping! Naistutkimus, Vol. 4, 5–13.
- Uriely, N. (2001). 'Travelling Workers' and 'Working Tourists': Variations Across the Interaction Between Work and Tourism. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 3(1), 1–8.
- Urry, J. (1985). Social Relations, Space and Time. In Gregory, D. & Urry, J. (Eds.). *Social Relations and Spatial Structures*. New York: St Martin's Press, 20–48.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. London: Routledge.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage.
- Vaaranen, H. (2002). Kenttätöystä kriittiseen kirjoittamiseen. Kommentteja etnografian postmoderniin kritiikkiin. *Nuorisotutkimus 2002*, Vol. (1), 17–31.
- Vaaranen, H. (2004). Kaaharipoikia ja rappioromantiikkaa: tutkimus erään kaahailukulttuurin elämänilosta ja tuhoisuudesta. Teknillisen korkeakoulun Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus, A30.
- Valtonen, A. (2004). Rethinking Free Time: A Study on Boundaries, Disorders, and Symbolic Goods. *Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis*. Helsinki School of Economics. A-236.
- Valtonen, A. (2009). Pikkujuuttu – Tarina koon tuottamista käytänteistä. *Kulutustutkimus. Nyt*, Vol. 2, 35–51.
- Valtonen, A. (2012). Height Matters: Practicing Consumer Agency, Gender, and Body Politics. *Consumption, Markets, and Culture*, 1–26.
- Valtonen, A. & Markuksela V. (2007). Senses in Consumer Culture. Paper presented in Nordic Consumer Policy Research Conference, Helsinki.
- Valtonen, A., Markuksela, V. & Moisander, J. (2010). Sensory Ethnography in Consumer Research. *International Journal of Consumer Studies* 34(4), 375–380.

- Valtonen, A., Markuksela, V. & Rantala, O. (2009). Weather Rules: Ethnography on the Practices of the Water-Based Lappish Summer Tourism. Paper presented in Moral Symmetry and Material Agency; Negotiations on Agent-object Relations.
- van Ede, Y. (2009). Sensuous Anthropology: Sense And Sensibility And the Rehabilitation of Skill. *Anthropological Notebooks*, XV(2), 61–75.
- Van Maanen, J. (1988). *Tales of the Field*. Chicago: Chicago University Press.
- Van Maanen, J. (2006). Ethnography Then And Now. *Qualitative Research in Organizations and Management. An International Journal*, Vol. 1(1), 13–21.
- Vannini, P., Ahluwalia-Lopez, G., Waskul, D., & Gottschalk, S. (2010). Performing Taste at Wine Festivals: A Somatic Layered Account of Material Culture. *Qualitative Inquiry*, Vol. 16(5), 378–396.
- Varjo, M. (2000). Kalat. Teoksessa Lokki, J., Lehtonen, H., Nummi, P., Terhivuo, J., Tolvanen, M., Valste, J., Forslund, R., Kuosmanen, R-L. & Miettinen, K. (toim.). *Maailman luonto. Kalat, sammakkoeläimet ja matelijat*. Porvoo: WSOY.
- Varto, J. (1992). *Laadullisen tutkimuksen metodologia*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Veal, A. J. (1992). Definitions of Leisure and Recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, Vol. 2(4), 44–48.
- Veijola, S. (2005). Turistien yhteisöt. Teoksessa Hautamäki, A., Lehtonen, T., Sihvola, J., Tuomi, I., Vaaranen, H. & Veijola, S. (toim.). *Yhteisöllisyyden paluu*. Helsinki: Gaudeamus, 90–114.
- Velliquette, A., Murray, J. & Creyer, E. H. (1998). The Tattoo Renaissance: An Ethnographic Account of Symbolic Consumer Behaviour. *Consumer Research*, Vol. 25, 461–467.
- Venkatesh, A. (1998). Special Session Summary Virtual Spaces As Consumer Environments: Theoretical and Applied Issues. In *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, 60–61.
- Venkatesh, A. & Peñaloza, L. (2006). From Marketing to the Market: A Call for a Paradigm Shift. In Sheth, J. & Sisodia, R. (Eds.). *Does Marketing Need a Reform: Fresh Perspectives on the Future*. Armonk: M. E. Sharpe Publishers, 134–150.
- Vinge, L. (2009). The Five Senses in Classical Science and Ethics. In Howes, D. (Eds.). *The Sixth Sense Reader* Berg: New York, 107–118.
- Vlahos, J. (2007). Scent and Sensibility. *The New York Times*, September 9.
- Vuokila-Oikkonen, P. (2002). Akuutin psykiatrisen osastohoidon yhteistyöneuvottelun keskustelussa rakentuvat kertomukset. *Acta Universitatis Ouluensis Medica*. D 704.
- Vuorinen, K. (2005). Etnografia. Teoksessa Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) *Käytettävyydestä tutkimuksen menetelmät*. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1: 63–78.
- Vänskä, A. (2009). Kuviteltu lapsuus – Pohdintaa kuvallisuuden kietoutumisesta kuluttamiseen. Teoksessa Lammi, M., Niva, M. & Varjonen, J. (toim.). *Kulutuksen liikkeet. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirjoja 5*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy, 205–226.
- Wade, N. J. (2009). The Search for a Sixth Sense: The Cases for Vestibular, Muscle, and Temperature Senses. In Howes, D. (Eds.). *The Sixth Sense Reader*. Berg: New York, 55–86.
- Wallendorf, M. & Arnould, E. J. (1991). 'We Gather Together': Consumption Rituals of Thanksgiving Day. *Journal of Consumer Research* 18(6), 13–31.
- Wanat, C. L. (2008). Getting Past the Gatekeepers: Differences Between Access and Cooperation in Public School Research. *Field Methods*, 20(2): 191–208.
- Wang, C. & Burris, M. (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment. *Health Education & Behavior* 24(3), 369–387.
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5(2), 131–153.
- Watson, M. & Shove, E. (2008). Product, Competence, Project and Practice: DIY and the Dynamics of Craft Consumption. *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8(1), 69–89.
- Watts, J. H. (2008). Emotion, Empathy and Exit: Reflections on Doing Ethnographic Qualitative Research on Sensitive Topics. *Medical Sociology Online*, Vol. 3(2), 3–14.
- Weber, M. [(1922) 1978]. *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press.

- Wellman, B. (1997). An Electronic Group is Virtually a Social Network. In Kiesler, S. (Eds.). *Culture of the Internet*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 179–205.
- Wellman, B. & Gulia, M. (1999). Virtual Communities as Communities: Net Surfer's Don't Ride Alone. In Smith, M. & Kollock, P. (Eds.). *Communities in Cyberspace*. Toronto, Canada: University of Toronto, 167–194.
- Wellman, J. D., Roggenbuck, J. W. & Smith, A. C. (1982). Recreation Specialization and Norms of Depreciative Behavior Among Canoeists. *Journal of Leisure Research*, Vol. 14, 323–340.
- Westling, J. (2010). Johdatus Strategy as Practice -näkökulman soveltamiseen strategiatutkimuksessa. Teoksessa Koltola, E., Westling, J. & Huhtinen A.-M. (toim.). *Strategia käytäntönä – Johdatus jalkautuksen tutkimukseen*. Maanpuolustuskorkeakoulu/ Johtamisen ja sotalämpälogiikan laitos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Williams, R. L. & Cothrel, J. (2000). Four Smart Ways to Run Online Communities. *Sloan Management Review*, Vol. 41(1), 81–91.
- Wiltshire, J. (1995). Telling a Story, Writing a Narrative: Terminology in Health Care. *Nursing Inquiry*, Vol. 2, 75–82.
- Wolcott, H. F. (1987). On Ethnographic Intent. In Spindler, G. & L. (Eds.). *Interpretative Ethnography of Education*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 37–57.
- Wolcott, H. F. (1995). Making a Study "More Ethnographic". In Van Maanen, J. (Eds.). *Representation in Ethnography*. SAGE: Thousand Oaks: CA, 79–11.
- Wolcott, H. F. (1999). *Ethnography: A Way of Seeing*. Walnut Creek, CA: AltaMira Press.
- Wolf, M. (1992). *A Thrice-Told Tale: Feminism, Postmodernism, and Ethnographic Responsibility*. Stanford, C.A.: Stanford University Press.
- Wuthnow R., Hunter, J. D., Bergesen A. & Kurzweil E. (1986). *Cultural Analysis. The Work of Peter Berger, Mary Douglas, Michael Foucault and Jurgen Habermas*. New York: Routledge & Kegan Paul.
- Yorkston, E. A. & Menon, G. (2004). Sound Idea: Phonetic Effects of Brand Names on Consumer Judgments. *Journal of Consumer Research*. Vol. 31(1): 43–51.
- Zainuddin. A. (2009). Using Photo Elicitation in Identifying Tourist Motivational Attributes for Visiting Taman Negara, Malaysia. *Management Science*, Vol. 3, 9–16.